

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სადოქტორო პროგრამა „ლინგვისტიკა“ (თარგმანმცოდნეობა)



თეონა თურმანიძე

უთარგმნელი ლექსიკა ინგლისურ, რუსულ და ქართულ მედიატექსტებში

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:  
ასოც. პროფესორი მ. ახვლედიანი

ბათუმი- 2021

როგორც წარმოდგენილი დისერტაციის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ,გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარმოდგენილ მასალებს,რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

თეონა თურმანიძე

„—————“—————,2021 წ.

## შინაარსი

შესავალი	4
თავი I. ტექსტის ცნება და რაობა, მისი ტიპები და კვლევა ლინგვისტიკაში	18
1.1. ტექსტის განსაზღვრება და ტექსტი, როგორც ლინგვისტური კვლევის ობიექტი	19
1.2. ტექსტის ტიპები და ნაირსახეობანი	27
თავი II. ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური პრობლემები	43
2.1. თარგმანის რაობა და მისი განვითარების ეტაპები	43
2.2. მედიატექსტის ტრანსლატოლოგიური პრობლემები	48
2.3. უცხოური ლექსიკის თარგმნის პრობლემები	66
თავი III. მედიატექსტის ლინგვოლინგვისტიკური თავისებურებები	79
3.1. მედიატექსტის გადათარგმნის სპეციფიკა	79
3.2. საგაზეთო სტილის ლინგვოსტილისტიკური თავისებურებანი	83
3.3. პუბლიცისტური სტილი სტილების სისტემაში	89
თავი IV. უთარგმნელ ლექსიკასთან დაკავშირებული პრობლემები მედიატექსტებში	98
4.1. ლექსიკის უთარგმნელობის მიზეზები, წყაროები და თარგმნის ხერხები	98
4.2. რეალიები, როგორც ენის არაეკვივალენტური ლექსიკის შემადგენელი ნაწილი	105
4.3. ბარბარიზმებისა და ეგზოტიზმების გამოყენება მედიატექსტებში	109
დასკვნა	115
გამოყენებული ლიტერატურა	120

## შესავალი

წინამდებარე ნაშრომის კვლევის საგანია უთარგმნელი ლექსიკა ქართულ, რუსულსა და ინგლისურ მედიატექსტებში.

მედიატექსტები ერთ-ერთი თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებაა, ამიტომაც მათს თარგმნას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. ვფიქრობთ, ამ კუთხით ბევრი რამ ჯერ კიდევ შესასწავლია. ერთ-ერთია უთარგმნელ ლექსიკასთან დაკავშირებული პრობლემები. სწორედ ამის გამო შეირჩა ჩვენი სადისერტაციო ნაშრომის თემად აღნიშნული საკითხი.

გლობალიზაციის პირობებში მედია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კაცობრიობის ცნობიერებაზე, საზოგადოებრივი აზრის მომწიფებაზე, ამა თუ იმ საკითხის, სხვადასხვა სფეროს შესახებ წარმოდგენის ჩამოყალიბებაზე, ზოგადად პოლიტიკურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაზე. შესაბამისად, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ტექსტთა თარგმნის სპეციფიკურობა ცხოველ ინტერესს იწვევს და განსაკუთრებულ მნიშვნელობასაც იძენს.

მედიატექსტის თარგმნა სხვადასხვა სირთულესთანაა დაკავშირებული, განსაკუთრებულ პრობლემებს ვაწყდებით სათაურების, ტერმინების, აბრევიატურათა თარგმნის დროს, რომლებიც უთარგმნელ სიტყვათა კატეგორიებს განეკუთვნება.

ჩვენი ინტერესის სფეროს სწორედ მედიატექსტების თარგმნასთან დაკავშირებული პრობლემები წარმოადგენს, რაც განსაზღვრავს საკვლევი თემის აქტუალურობასაც.

სადოქტორო კვლევის აქტუალურობაზე მეტყველებს ისიც, რომ უთარგმნელი ლექსიკის შესწავლა დიდი ხნის წინ დაიწყო, მაგრამ მედიატექსტებში მათი არსებობა და მათთან დაკავშირებული პრობლემების კვლევა ნაკლებია, იმდენად, რამდენადაც მედიატექსტი თავად სიახლეა და შესაბამისად, მისდამი მიძღვნილი კვლევები არაა საკმარისი; რაც არსებობს,

მათში გვხვდება უთარგმნელი ლექსიკის კლასიფიკაცია; შესწავლილია მისი გამოყენების მეთოდები და მიზეზები; ჩვენი კვლევა კი ერთგვარი მცდელობაა, შეისწავლოს მედიატექსტთა უთარგმნელობის მიზეზები; მოკრძალებული წვლილი შეიტანოს ზოგად კვლევაში და შემდგომი კვლევებისთვის შექმნას გარკვეული საფუძველი, შეიქმნას ამგვარ სიტყვათა ლექსიკური ფონდი. ჩვენი საკვლევის თემის **აქტუალობას** განაპირობებს ისიც, რომ იგი (თემის არსი) გამოიხატება არა მარტო მედიატექსტების ფართო გავრცელებაში, არამედ გარშემომყოფთა მეტყველებაში რეალობის ასახვის საჭიროებაში.

ნაშრომში განსაკუთრებით ხაზი გაესმება მედიატექსტების თარგმნის სპეციფიკას, მათს ჟანრებსა და სტილს.

ნაშრომის ძირითად შესავალ ნაწილში, ასევე, განვსაზღვრავთ კვლევის **ობიექტსა** და **საგანს**; გამოვკვეთთ თემის **მიზანს**, **ამოცანას**, **მუშაობის მეთოდს**, **სიახლეს**; მოკლედ მიმოვიხილავთ ზოგადად ტექსტის ნაირსახეობას, მედია-ტექსტის განსაკუთრებულობასა და უალტერნატივობას თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვის ეპოქაში; განვიხილავთ მათს დანიშნულებას ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაში და სხვა.

კვლევის **ობიექტებია** უთარგმნელი ლექსიკა ქართულ, რუსულსა და ინგლისურ მედიატექსტებში.

**ნაშრომის სიახლე** ისაა, რომ პირველად

ა) მოვუყარეთ თავი ერთად ქართულ, რუსულსა და ინგლისურ მედიატექსტებში ხშირად გამოყენებულ უთარგმნელ ლექსიკურ ერთეულებსა და გამოთქმებს;

ბ) ერთმანეთს შევუპირისპირეთ ამ სამ ენაში არსებული უთარგმნელი სიტყვები და გამოთქმები.

ნაშრომის **მიზანია** გადათარგმნილი მედიატექსტების განსაკუთრებულობის წარმოჩენა და შესწავლა; ერთი კონკრეტული ენიდან მეორე ენაზე ლექსიკის უთარგმნელობის შემთხვევების თავმოყრა, ამიტომ თემა მოიცავს სამივე: ქართული, ინგლისური, რუსული ენის როგორც წყარო, ისე სამიზნე ენის კატეგორიად

გათვალისწინებას, რადგანაც მთარგმნელობითი გადაწყვეტილებების სურათი კონკრეტულ ენებში მკვეთრად განსხვავებულია.

იმისთვის, რომ მიგვეღწია დასახული მიზნისთვის, გამოვიყენეთ შემდეგი **მეთოდები**:

1. შევისწავლეთ საკვლევი თემისთვის საჭირო სამეცნიერო ლიტერატურა;

2. გავეცანით სხვადასხვა ნაშრომში წარმოდგენილ კვლევას, ზოგადად:

ა) ტექსტის შესახებ (ტექსტთა ტიპები, მათი განვითარების ეტაპები და კვლევა ლინგვისტიკაში);

ბ) თარგმანის რაობას, მისი განვითარების ეტაპებს, თარგმნის მეთოდებსა და ამოცანებს, ტრანსლატოლოგიასთან დაკავშირებულ ლექსიკურ და სემანტიკურ პრობლემებს, უცხოური ლექსიკის თარგმნის პრობლემებს მიმღებ ენაში;

გ) მედიატექსტის არსს, მისი გადათარგმნის სპეციფიკას, „პუბლიცისტურ სტილსა“ და მის ლინგვისტურ თავისებურებებს;

3. სამეცნიერო კვლევებზე დაყრდნობით აღვწერეთ:

ა) პუბლიცისტური სტილის თავისებურებები სტილების სისტემაში;

ბ) ლექსიკის უთარგმნელობის მიზეზები, წყაროები და მისი თარგმნის ხერხები.

4. მიმოვიხილეთ რეალიები, ბარბარიზმები, ეგზოტიზმები, ნასესხები სიტყვები და ა. შ.

სადისერტაციო კვლევისთვის დასახულმა ამოცანებმა განაპირობა ნაშრომის სტრუქტურა; ნაშრომი შედგება შესავლის, ოთხი თავის, დასკვნისა და ბიბლიოგრაფიისგან.

**შესავალში** საუბარია კვლევის საგნის, ობიექტის, მიზნის, აქტუალურობის, მეთოდოლოგიისა და სიახლის შესახებ; ხაზგასმულია მასმედიის დანიშნულება და ფუნქციები, ასევე, ყურადღება გამახვილებულია მის მნიშვნელობაზე ენის სიწმინდის დაცვაში; მოკლედ გადმოცემულია უთარგმნელი ლექსიკის დამკვიდრების მიზეზები და წყაროები მიმღებ ენაში; საუბარია ქართული ენის ანგლიზაციისა და ახალ ტექნოლოგიურ ტერმინთა უთარგმნელობასთან დაკავშირებული საკითხების შესახებ.

პირველ თავში – „ტექსტის ცნება და რაობა, მისი ტიპები და კვლევა ლინგვისტიკა-ში“ მიმოხილულია ტექსტი და მისი ნაირსახეობანი: მხატვრული ტექსტი და მედიატექსტი.

მეორე თავი – „ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური პრობლემები“ ემდგვნება თარგმანის რაობასა და მისი განვითარების ეტაპებს.

მესამე თავი – „მედიატექსტის ლინგვისტიკისტიკური თავისებურებები“ ეთმობა „მედიატექსტის“ კვლევის საბაზო გაგებას, პუბლიცისტურ სტილსა და მის თავისებურებებს, ასევე – მედიატექსტის თარგმნის სპეციფიკას, საგაზეთო სტილს;

მეოთხე თავში – „ლექსიკის უთარგმნელობის პრობლემა მედიატექსტებში“ წარმოდგენილია უთარგმნელი ლექსიკა და მასთან დაკავშირებული ტრანსლატოლოგიური პრობლემები; განხილულია რეალიები, როგორც ენის არაეკვივალენტური ლექსიკის შემადგენელი ნაწილი, ასევე ბარბარიზმების, ეგზოტიზმების, ნასესხები სიტყვების გამოყენება მედიატექსტებში.

დისერტაციის თითოეული თავის კვლევის შედეგები შეჯამებულია.

დასკვნაში განზოგადებულია კვლევის შედეგები. დასასრულ მითითებულია ლიტერატურა, რომელსაც გავეცანით ნაშრომზე მუშაობისას.

ცნობილია, რომ მასმედიის საშუალებით სწრაფად ვრცელდება ყველანაირი ცნობა დედამიწის ნებისმიერი კუთხიდან, ინფორმაციის ენა კი თანამედროვე მსოფლიოში ინგლისურია.

თანამედროვე ქართულსა და რუსულ მეტყველებაში შემოსული/დამკვიდრებული ანგლიციზმების რაოდენობა იმდენად ბევრია, რომ ამ თემის (და ზოგადად, მასკულტურის ფენომენისთვის საქართველოსა და რუსეთში) შესახებ უკანასკნელ ხანს სპეციალური წერილები, კვლევები, სადისერტაციო ნაშრომები იწერება.

თანამედროვე ადამიანის ცხოვრება წარმოდგენილია ინტერნეტისა და ტელევიზიის გარეშე, რადიოსა და სხვა თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებების გარეშე; საშუალებებისა, რომელთა მეშვეობით ადამიანები ოპერატიულად იღებენ ნებისმიერი სახის ინფორმაციას, ყველაზე აქტუალურ, ახალ ამბებს და წამებში შეუძლიათ, ერთმანეთს აცნობონ ესა თუ ის ინფორმაცია.

ყველა ამ საშუალებათა მუშაობის პროცესში ბუნებრივად ჩნდება სიტყვები და გამოთქმები იმ ენაზე, რომელშიც ისინი წარმოიშობა და რომლებსაც შემდგომ სხვა ენა უცვლელად ითვისებს იმ შემთხვევაშიც კი, როცა მისი შესატყვისი, ე. წ. ეკვივალენტი სიტყვა და გამოთქმა არსებობს მიმღებ ენაში.

სწორედ ამაზე ვამახვილებთ ყურადღებას წინამდებარე ნაშრომში, რადგან არის საფრთხე ქართულ ენაშიც (და რუსულშიც) „უბოდიშოდ“ შემოიჭრას ისეთი უცხოური, კერძოდ, ინგლისური სიტყვები და გამოთქმები, რომელთა შესატყვისებიც მოიპოვება აღნიშნულ ენებში.

მედიატექსტი არ დაგვიდევს ენის ნორმებს, „ძალადობს“ მიმღებ ენაზე ისე, რომ არც კი „ფიქრობს“, რომ შესაძლოა, თავისდაუნებურად დაანაგვიანოს ის. მიმღები ენა, ჩვენი აზრით, მზად უნდა იყოს და წინ აღუდგეს მსგავს „შემოტყვას“.

ცნობილია, რომ ენა ცოცხალი ორგანიზმია – წარმოიშობა, ვითარდება და ქრება, ამ უკანასკნელი მოვლენის უამრავი მაგალითი მოიპოვება კაცობრიობის ისტორიაში, სადაც ერების გაქრობისა და შესაბამისად, ენების კვდომის არაერთი ფაქტია.

ქართული ენა კი არათუ გაქრა, არამედ განვითარების პიკს მიაღწია; ეს არის ენა, რომლის დამწერლობამაც განვითარების სამი საფეხური გაიარა, მიუხედავად იმისა, რომ იმ ქვეყანას, რომლის სახელმწიფო ენასაც წარმოადგენს, გეოპოლიტიკური მდგომარეობის გამო უამრავი მტრის გარემოცვისა და თავდასხმების, დაპყრობების პირობებში უწევდა არსებობა. ამ ფაქტებსა და მოვლენებს თავისი გარკვეული დადებითი მხარეც ჰქონდა ენის ლექსიკური ფონდის გამდიდრების თვალსაზრისით. ენა ითვისებდა ისეთ ნასესხებ სიტყვებს, რომელთა ეკვივალენტი ქართულ ენაში არ მოიპოვებოდა, თუმცაღა „ენის დანაგვიანება-დაჭუჭყიანება“ დღემდე გრძელდება, რასაც მაქსიმალურად უნდა შევებრძოლოთ.

საუკუნეთა განმავლობაში ენათა და ხალხთა ურთიერთობა, რომელიც შეიძლება გარკვეულ დროში შეწყდეს, ენაში მაინც ტოვებს თავის კვალს.

ენის სტრუქტურაში ნათლად აღიბეჭდება ეთნოკულტურული: ქართულ-ბერძნული, ქართულ-არაბული, ქართულ-სპარსული, ქართულ-რუსული, ქართულ-თურქული ურთიერთობები. მართალია, თავსმოხვეული თუ ნებაყოფლობითი



ისტორიული ურთიერთობა წარსულს ჩაბარდა, მაგრამ უცხოური ლექსიკური ერთეულები დღესაც არსებობს ქართულ ენაში.

ზოგადად ენა, მისი ლექსიკური ფონდი საზოგადოებრივი პროგრესის კვალდაკვალ ვითარდება, ფართოვდება და მრავალფეროვნდება, განუწყვეტლივ ივსება ახალი მასალით: გამოთქმებით, საზოგადოების ეკონომიკური და კულტურული განვითარების ამსახველი ახალი სიტყვებით, ნეოლოგიზმებით. ისინი შედარებით უმტკივნეულოდ მკვიდრდება ენაში, არათუ ქმნიან საფრთხეს, არამედ, პირიქით, ამდიდრებენ ენის ლექსიკურ ფონდს, ვინაიდან ისინი შემოდიან თავიანთ „კუთვნილ“ ადგილას, ენიდან არ ამევენ სხვა სიტყვებს, რადგან მიმღებ ენას არა აქვს მათი შესატყვისი სიტყვები თუ გამოთქმები.

საზოგადოდ, არ არსებობს ენა, რომელშიც არ იყოს ნასესხები სიტყვები. ეს არის ფაქტი. ამასთან, სესხება არაა ნებისმიერი, ანუ თავისუფალი. ენა თვითონ აწესებს ნორმებს, იქმნის ე.წ. იმუნიტეტს, რომლითაც იგი ფილტრავს სხვა ენის ერთეულებს. ენა თვითონ შეიმუშავებს თავდაცვის იმ ხერხებს, რომელთა საშუალებით ნებისმიერი ფორმით არ იღებს სიტყვას. იმ შემთხვევაში, როცა უცხო სიტყვა სხვა ენაში ფუნქციას შეიძენს და ზეპირიდან წერილობით მეტყველებაში გადავა, თავის „უცხოურობას“ კარგავს და კონტექსტისთვის ბუნებრივ ელფერს იძენს.

ენის განვითარება-გამდიდრება სხვა ენებთან ურთიერთობის დადებითი შედეგია, თუმცა ნეგატიური უფრო მეტი შეიძლება იყოს.

ცნობილია, თანამედროვე ქართულსა და რუსულ ენებს დღეს მსოფლიოს დომინანტ ენასთან, ინგლისურთან, მჭიდრო ურთიერთობა აქვთ. შესაბამისად, ინგლისური ენის ურთიერთობა აღნიშნულ ენებთან დღეს ზეგავლენის ფორმას უფრო იღებს, ვიდრე თანასწორობისას.

საყოველთაოდ აღიარებულია, რომ ენის ფენომენი იდენტობის უმთავრესი გამოხატულებაა.

იდენტობის ცნება შესაძლებელია, ვიწრო და ფართო კონტექსტში განიხილებოდეს. ვიწრო გაგებით პიროვნული იდენტობა ერთ კონკრეტულ ადამიანს გულისხმობს, ფართო გაგებით კი ერთ კონკრეტულ ერს, ნაციას.

ენა, როგორც საიდენტიფიკაციო კოლექტიური ნიშანი, ძლიერ იარაღს წარმოადგენს სხვათაგან განსხვავებისა და, შესაბამისად, იდენტობის მიღება-შენარჩუნებაში. იმ გარემოებათა გათვალისწინებით, რომელთა მიხედვითაც ერებსა, და, შესაბამისად, ენათა შორის გლობალური ხასიათის ურთიერთობები მეტად ინტენსიურ სახეს იღებს, ძნელი ხდება ნაციონალური იდენტობის შენარჩუნება, ამიტომ მისი დაცვა ყველაზე მნიშვნელოვანია ერის ცხოვრებაში. ილია ჭავჭავაძე – უდიდესი ქომაგი და გუშაგი ქართული ენისა, ენას მამა-პაპათაგან დატოვებულ სამ ღვთაებრივ ფენომენს შორის მეორე ადგილს აკუთვნებდა („მამული, ენა, სარწმუნოება“). ბუნების მგოსანი ვაჟა-ფშაველა ენას **ერის დედას** უწოდებდა; გრიგოლ ორბელიანი კი ბრძანებდა: „რა ენა წახდეს, ერიც დაეცესო“. აქედან გამომდინარე, ერის მამები მუდმივად იბრძოდნენ ქართული ენის სიწმინდისათვის, ენისა, „რომელსა შინა ყოველი საიდუმლოდ დამარხულ არს“ (იოანე ზოსიმე). ის ლადო ასათიანის პოეტური თქმით, „ღმერთების ენაა.“

მიუხედავად ამისა, ქართული ენა, ისევე, როგორც, ზოგადად, სამყაროში არსებული ყველა ენა, მათ შორის რუსულიც, ვერ ასცდა და ვერც ასცდებოდა გლობალიზაციის პირობებში უცხო სიტყვების შემოჭრას, რასაც, როგორც ზემოთაც აღვნიშნეთ, აქვს როგორც უარყოფითი, ასევე დადებითი მხარეები.

ენის ლექსიკური ფონდის ცვალებადობა გარდაუვალი რეალობაა. მისი ამგვარი ხასიათი განაპირობებს ენის განვითარებას, ან პირიქით. ენის განვითარება მასზე მოლაპარაკე სოციუმის ცხოვრების სტილის, ტემპისა და ხასიათის განვითარების პირდაპირპროპორციულია.

„ნეოლოგიზმებსა და ნასესხებ სიტყვათა შორის ურთიერთკავშირი იმდენად არსებობს, რამდენადაც ნეოლოგიზმების წარმოქმნა ექსტრალინგვისტური ფაქტორებით, ჩვეულებრივ, ახალი ობიექტების გაჩენით არის განპირობებული. ეს ერთეულები ენაში მოქმედი წესების მიხედვით იქმნება უკვე არსებული მორფემებისა და ლექსემების საფუძველზე ან შემოდის სესხების გზით“ (გამყრელიძე, 2003:389).

თარგმანის თეორიაში ზოგადად განიხილება ორი სახის ტექსტის თარგმანი: მხატვრული და არამხატვრული. ქართველი მთარგმნელი – ვახუშტი კოტეტიშვილი წიგნში „აღმოსავლურ-დასავლური დივანი“ აღნიშნავს, რომ არამხატვრულ

თარგმანში სიზუსტე სიტყვათა სემანტიკურ იგივეობას, იდენტურობას ნიშნავს, მხატვრულ თარგმანში კი – მხატვრულ ადეკვატურობას, მსგავსებას, ემოციურ შესატყვისობას... „მხატვრულ ტექსტში სიტყვა პოლისემანტიკური ანუ მრავალმნიშვნელობიანია და შესაბამისად, საქმე გვაქვს მხატვრულ სახეებთან; არამხატვრულ ტექსტში კი სიტყვა მონოსემანტიკურია, ერთმნიშვნელობიანი. სწორედ ამიტომ საქმე გვაქვს ცნებებთან, ტერმინებთან. სწორედ ეს ასპექტი განასხვავებს ამ სახის თარგმანს მხატვრული ხასიათის ტექსტის თარგმანისგან, რადგან არამხატვრული ტექსტი სინონიმიზაციას გამოიცხადებს“ (კოტეტიშვილი, 2004:9).

სამეცნიერო ტექსტისთვის დამახასიათებელია ტერმინთა სიუხვე. შესაძლოა, ამა თუ იმ ტერმინის შესატყვისი მოიპოვებოდეს კიდევ ენაში, მაგრამ ამჯობინებენ მათ უთარგმნელობას, რადგანაც, უმთავრესად, ტერმინები საერთაშორისოა, თუმცა არის ტერმინები, რომელთაც მსგავსი სტატუსი არ გააჩნიათ და თავისუფლად შეიძლება, მოინახოს მიმღებ ენაში ეკვივალენტები, მაგრამ მაინც რჩებიან უთარგმნელ სიტყვებად. დღემდე გაურკვეველ საკითხად რჩება ის, რომ უნდა ითარგმნოს თუ არა ტერმინი მაშინ, როცა არსებობს საერთაშორისო ტერმინები. საკითხი აშკარად პრობლემურია. „ტერმინი“ – ესაა სიტყვა ან შესიტყვება, რომელიც მეცნიერებისა და ტექნიკის ამა თუ იმ დარგის გარკვეულ ცნებას გამოხატავს. ეს ცნება, თავის მხრივ, სისტემის შემადგენელ ელემენტს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარეობს სწორედ ტერმინთა სისტემური ხასიათიც: „ჩვეულებრივი სიტყვისგან განსხვავებით, ტერმინი ცნების უბრალო დასახელება კი არ არის, არამედ იგი გარკვეულ სისტემაში მყოფ ცნებას წარმოგვიდგენს და, თავის მხრივ, ტერმინთა შესაბამის სისტემას ქმნის“ (დლონტი, 1988:60).

ერთი სიტყვით, ტერმინი ერთ-ერთი საკამათო ერთეულია ენის ლექსიკურ ფონდში, თავისი წარმოების მახასიათებლებითა თუ თარგმნასთან დაკავშირებული მრავალმხრივი პრობლემით.

ქართულ ენაში ტერმინთა დამკვიდრება აქტიურად XI-XII საუკუნეებიდან შეინიშნება.

იოანე პეტრიწისა თუ ათონელ მამათა მიერ შემოღებული ბერძნული საეკლესიო ტერმინები დღემდე ქართული ენის ძირითად ლექსიკურ ფონდში გამოიყენება.

XIX საუკუნემდე ტერმინთა (და არა მხოლოდ მათი) შემოსვლა ქართულ ენაში ინტენსიურ სახეს იღებს და ჩნდება ამ ლექსიკურ ერთეულთა უცვლელი ფორმით შემოსვლა-დამკვიდრების ტენდენცია. ლექსიკური ერთეულები ძირითადად აღმოსავლური ტექსტების თარგმნის დროს გადმოდის ქართულ ენაში.

XIX საუკუნეში ილია ჭავჭავაძის პუბლიცისტურ წერილებში დაისვა უცხოენოვან ტერმინთა თარგმნა-უთარგმნელობის საკითხი. ამ პერიოდში დღევანდელისგან განსხვავებით, ახლად შემოსული ტერმინები გარკვეულად იცვლებოდა და ისე მკვიდრდებოდა ენაში.

თანამედროვე რეალობაში საკითხი კვლავ პრობლემურია. დღეს როგორც ქართულ, ისე რუსულ ენებში უხვად შემოედინება ტერმინები უცხოური ჟღერადობით და ფორმით (როდესაც სიტყვებს იწერენ ბილინგვური გაფორმებით: ფაილი – file, ფლეშკა – flash ca(rd) ენაში შესაბამისი ბგერის არარსებობის გამო).

ვექტორულ გრაფიკაზე ინფორმაციის მისაღებად, გთხოვთ იხილოთ *ფაილები<sup>1</sup>* სიტყვის სესხებისას საყურადღებოა მისი გადმოღების ფორმაც.

დღესდღეობით ქართულ ენაში ტერმინები ინტენსიურად შემოდის და ქართულ ლექსიკურ ფონდში გარკვეულწილად ადაპტირდება ქართული აფიქსების მეშვეობით. სწორედ აფიქსთა დახმარებით ხერხდება მათი „შენიღვა“ ენის ლექსიკურ ფონდში დასამკვიდრებლად.

არ იქნება ახალი, თუ ვიტყვით, რომ ყველა ენას მოეპოვება საკუთარი საშუალებანი, რომლების დახმარებითაც იქმნება ახალი ლექსიკური ერთეულები. ქართული ენა ამ მიზნით აფიქსებს იყენებს. „ქართულს, როგორც აფიქსურ ენას, აქვს სპეციფიკური დანიშნულების მორფოლოგიური ელემენტები, მორფემები, რომელთა ფუნქცია ახალ ფუძეთა წარმოებაა. აფიქსაცია ქართული ენის ლექსიკის გამდიდრების უშრეტო წყაროა“ (დლონტი, 1988: 82).

---

<sup>1</sup>[http://www.rogor.ge/article\\_210\\_rogor-shevarchiot-fleshka-mexsierebis-barati.html](http://www.rogor.ge/article_210_rogor-shevarchiot-fleshka-mexsierebis-barati.html)).

უცხო ენიდან შემოსულ სიტყვას ქართულში ბუნებრივ ელფერს აფიქსები ანიჭებს. კომპიუტერული ტერმინები თავიანთი დანიშნულებით ახალი ცნების აღმნიშვნელ სიტყვებს – ნეოლოგიზმებს შეიძლება მივაკუთვნოთ, რომელთაც ქართული ელფერი მათზე სუფიქსების დართვით ენიჭებათ (კილანავა, 2014: 30).

ამ დარგის ერთ-ერთი მკვლევარი მიიჩნევს, რომ „სიტყვათა ძირების დახმარებით შესაძლებელია ნეოლოგიზმთა წარმოება უსაზღვროდ. ამისთვის კი შესანიშნავ სარბიელს წარმოადგენს როგორც მხატვრული, ისე სამეცნიერო ლიტერატურა“ (დლონტი, 1988:149).

ნეოლოგიზმები, ისევე როგორც ტერმინები, მრავალმხრივ საკვლევ მასალას გვთავაზობს. მიუხედავად იმ ფაქტისა, რომ თავად ტერმინი „ნეოლოგიზმი“ არ არის ახალი, მას მაინც არ გააჩნია ერთი კონკრეტული მნიშვნელობა.

მიიჩნევა, რომ „ნეოლოგიზმები არის ლექსიკური ერთეულები, რომლებიც მოცემულ ენაში გაჩნდა არაუადრეს ბოლო ათწლეულისა და მოლაპარაკეთა მიერ აღიქმება, როგორც ახალი“ (გამყრელიძე, 2003:388). როცა ნეოლოგიზმი აღარავისთვის არის ახალი, შეიძლება ითქვას, რომ ის ენის ლექსიკური ფონდის „კანონიერი“ წევრი ხდება, შესაბამისად, მას ნეოლოგიზმის სტატუსიც მოეხსნება.

ენათა კონტაქტები დღეს უფრო სწრაფი და მოქნილია, ვიდრე ადრე, სანამ ადამიანთა შორის, და მით უმეტეს, სხვადასხვა ენაზე მოსაუბრე ადამიანთა შორის, ურთიერთობის ახალი ფორმა – ინტერნეტი გაჩნდებოდა. ბრიტანელი ლინგვისტის – დევიდ კრისტალის მიხედვით, „მასმედიის ერთ-ერთი ძლიერი საშუალება ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლისთვის არის მსოფლიოს ფართო ქსელი“ (WWW – სამი ინგლისური სიტყვის World Wide Web – შემოკლებული ფორმა). ავტორი ლინგვისტური მრავალფეროვნებისთვის ხელსაყრელ სარბიელად ინტერნეტს მიიჩნევს (Crystal, 2003:7). ლინგვისტურ მრავალფეროვნებასთან ერთად იკვეთება ინგლისური ენის ერთადერთ პერსპექტიულ ენად ჩამოყალიბების პროცესი. ამასთან, აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ დ. კრისტალი გამოკვეთს ინგლისური ენის შესაძლო გლობალურ ენად ქცევის თავისებურებებს თუ პერსპექტივებს, თუმცა იმ ადამიანებსაც, რომლებისთვისაც ინგლისური დედაენაა, კვლავ სჭირდებათ სხვა ენის შესწავლა. სხვა ენის შესწავლა ხომ სამყაროს სხვა თვალთ დანახვის შესანიშნავი

საშუალებაა, შესაბამისად, ვითარება პესიმიზმის საფუძველს არ ქმნის, თუმცა ფაქტია ინგლისური ენის დომინირება არაინგლისურენოვან ქვეყნებში.

თანამედროვე მსოფლიოს ცხოველი მისწრაფება გლობალიზაციისკენ ყველაზე თვალსაჩინოდ და საინტერესოდ ენობრივ ინტერნაციონალიზაციაში აისახება. ამის ძირითადი წყარო კი მასმედიაა. ეს ის საშუალებაა, საიდანაც ნეოლოგიზმები უფრო ადვილად და უფრო სწრაფად აღწევს ენაში.

მასმედიის ყველა მედიატექნოლოგია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებით გამიზნულია ფართომასშტაბიანი აუდიტორიისთვის. ელექტრონული მედია ინფორმაციას ელექტრონული ფორმით გადასცემს და აერთიანებს: რადიოს, ტელევიზიას და სხვა საშუალებებს. მასმედიის ბეჭდვით ფორმას კი წარმოადგენს გაზეთი, ჟურნალი, ბროშურა, წიგნი, სარეკლამო ბანერი, ბიგბორდი და სხვ. ბეჭდვითი მედიისგან განსხვავებით, ინტერნეტი იმავე ქმედების განხორციელების საშუალებას იძლევა, თუმცა ვირტუალური ფორმით. ინტერნეტის დახმარებითაც არის შესაძლებელი სტატიის, წერილის, ბროშურის, წიგნის, რეკლამისა თუ სხვა რამის „გამოქვეყნება“ და ფართო მასებისთვის შეთავაზება, გაცნობა. ამისთვის ინტერნეტს აქვს უამრავი საშუალება: ინტერნეტფოსტა (E-mail); ინტერნეტგვერდები (Websites); ე. წ. ბლოგები (Blogging); ე. წ. ჩატები (Chats) და ა. შ.

თითქმის ორი საუკუნის განმავლობაში ქართულ ენაში უხვად მკვიდრდებოდა რუსიციზმები. თანამედროვე ქართულ ენაში კი, და ასევე – რუსულშიც ანგლიციზმების სიუხვე შეიმჩნევა. თუ ადრე რუსიციზმების სიუხვეს სახელმწიფოთა (საქართველო-რუსეთის) პოლიტიკური კონტექსტი განაპირობებდა (საქართველო ჯერ რუსეთის იმპერიის შემადგენლობაში შედიოდა, მოგვიანებით კი – საბჭოთა კავშირში), ანგლიციზმების დამკვიდრებას დღეს ჩვენს ქვეყანაში პოლიტიკურთან ერთად სახელმწიფოს (საქართველოს აშშ-სთან) ეკონომიკური დამოკიდებულება და ტექნიკური ევოლუცია განაპირობებს. შესაძლოა, ახლანდელი რუსეთი და აშშ ერთმანეთისადმი დიდი პოლიტიკური სიმპათიით არ იყვნენ განმსჭვალულნი, მაგრამ ანგლიციზმები რუსულ ენაშიც ისეთივე სისწრაფითა და რაოდენობით იჭრება, როგორც ქართულში. ეს ინგლისური ენის ჰეგემონობის შედეგია – ყველა

საინტერნეტო ტერმინი სწორედ ინგლისურ ენაზეა წარმოდგენილი მსოფლიოს ყველა ენაში და ხშირ შემთხვევაში არ ითარგმნება.

თანამედროვე ქართულსა და რუსულ ენებში ინგლისურიდან შემოსული მრავალი სიტყვა ზეპირი მეტყველებიდან წერილობითშია გადასული და თანდათან მნელდება მათი გამორჩევა. ოდითგანვე დიდ ყურადღებას იქცევდა სიტყვები, რომლების თარგმნაც პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო. ხანგრძლივი დებატები იმართებოდა იმის თაობაზე, თუ როდის იყო საჭირო მათი პერიფრაზირება; როდის გამოყენებულიყო ეკვივალენტი; როდის შექმნილიყო ახალი სიტყვა (განსაკუთრებით მხატვრული ტექსტის თარგმნისას) და როდის იყო საჭირო, უბრალოდ, მისი გაშიფვრა, ე.წ. ტრანსკრიფცია. სწორედ ეს „უთარგმნელი“ კულტურის მატარებელი სიტყვები თუ ფრაზები მთარგმნელებისა და თარგმანის თეორეტიკოსების ყურადღებას იქცევდა. ამაზედაც გვექნება წინამდებარე ნაშრომში ყურადღება გამახვილებული და, ასევე – თარგმანის რაობასა და დანიშნულებაზე, რომელთა შესახებ მსჯელობისას მივდივართ ერთ ჭეშმარიტებამდე, რომ თარგმანი არის კულტურა, კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომლის უმთავრესი დანიშნულებაა, ერთმანეთს გააცნოს სხვადასხვა ხალხის კულტურები.

ნაშრომში საუბარია მედიატექსტებთან დაკავშირებულ საკმაოდ აქტუალურ საკითხებზე. განხილულია მედიატექსტების სახეები, მათი განსაკუთრებულობა და თავისებურებები, ასევე წინ წამოწეულია ის პრობლემები, რომლებიც თავს იჩენს გარკვეული ტექსტის თარგმნისას. აქვე აღწერილია თარგმნის სპეციფიკა; მთარგმნელის მიერ არჩეული სტრატეგია და ტრანსფორმაცია; წარმოდგენილია ასევე თეორეტიკოსის მიერ კულტურული კონცეპტების თარგმნისას გამოყენებული ზოგიერთი პროცედურა და სტრატეგია.

კულტურული კონცეპტების თარგმნა წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე რთულ ამოცანას მთარგმნელისთვის. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, კულტურა და კულტურათშორისი კომუნიკაცია ბევრად უფრო რთული ფენომენია, ვიდრე ეს მთარგმნელს წარმოუდგენია. თარგმანის ხარისხი მთარგმნელის კომპეტენციაზეა დამოკიდებული, მაშასადამე, რაც უფრო მეტ ცოდნას ფლობს მთარგმნელი კულტურათა მახასიათებლებსა და კულტურათშორის განსხვავებულობაზე, მით

უფრო კარგია თარგმანი. მთარგმნელი თეორეტიკოსები ჯერ კიდევ უძველესი პერიოდიდან აღიარებდნენ კულტურული ცოდნის პრობლემებსა და კულტურებს შორის განსხვავებებს. სწორედ კულტურის შესახებ ცოდნა და კულტურათშორისი განსხვავებები წარმოადგენდა მთარგმნელობითი პრაქტიკისა და თეორიის შესწავლისას მთავარ საგანს, სწორედ მათზე კეთდებოდა მთავარი აქცენტი. წინამდებარე კვლევის მიზანია წარმოდგენა ზოგიერთი პროცედურისა და სტრატეგიისა, რომლებსაც იყენებდა სხვადასხვა თეორეტიკოსი კონცეპტების თარგმნისას. ვფიქრობთ, რომ ისინი დაეხმარება მთარგმნელებს თარგმანის პროცესში და ისინი კონკრეტული სიტუაციებიდან გამომდინარე, სწორად შეარჩევენ მათთვის უფრო ეფექტურ პროცედურებს.

ბევრ მეცნიერულ ნაშრომში ზეპირი და წერილობითი ტექსტების განსხვავების პრობლემას დიდი ყურადღება ეთმობა და განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. გასათვალისწინებელია, რომ ტექსტი წარმოადგენს გარკვეულ ცოდნას, რომელიც წარმოიქმნება, არსებობს და ვითარდება ლიტერატურული ენის წერილობით ვარიანტში. მხოლოდ ასეთ ვარიანტში ვლინდება მისი, როგორც ენის გრაფიკული გამოვლინების, სახე.

კვლევაში აგრეთვე მიმოვიხილავთ ტექსტის საკითხს ლინგვისტიკაში, რადგან მის მიმართ ფუნქციურმა მიდგომამ, ასევე ტექსტის სხვადასხვა მახასიათებლის კვლევამ მეცნიერები მიიყვანა კომუნიკაციური ლინგვისტიკის ევოლუციამდე; შესაბამისად, ამან აიძულა ისინი, გარკვეული კორექტირება შეეტანათ სამეტყველო კომუნიკაციის მოდელში და შეეცვალათ წარმოდგენა კომუნიკაციურ აქტებზე.

მაგალითად, გასული საუკუნის 70-იან წლებში დომინირებდა შეხედულება კომუნიკაციურ აქტებზე, როგორც გამოთქმების გაცვლაზე, ამასთან, მათში იგულისხმებოდა წინადადებები, ხოლო ტექსტი განიხილებოდა, როგორც გამოთქმების თანმიმდევრობა. კომუნიკაციური აქტის ასეთ წარმოდგენას ჩვენ ვხვდებით თითქმის ყველა ნაშრომში, რომლებიც ეხება თარგმანის თეორიას.

კომუნიკაციურმა ლინგვისტიკამ თავისი კორექტივები შეიტანა ტექსტის შემადგენელი ნაწილების გაგებაშიც. რადგან ტექსტი მოიაზრება კომუნიკაციურ



ერთეულად. მისი ფრაგმენტებიც და ილუსტრაციებიც ხშირ შემთხვევაში მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მატარებელია და მათი იგნორირება არასწორია.

როგორც უკვე აღინიშნა, კვლევის საგანია უთარგმნელი ლექსიკა მედიატექსტებში, უთარგმნელობის გამომწვევი მიზეზებისა და მათი გადალახვის ხერხების ძიება, პრობლემის გადაჭრის გზების პოვნა. ნაშრომის ერთ-ერთ ქვეთავში განხილული ამ საკითხის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს უთარგმნელობის გადალახვის ხერხების შესწავლა, აგრეთვე კომპონენტების გადმოცემის შედარებით ადეკვატური ხერხების დადგენა, რომელიც შეადგენს უთარგმნელობის მცნებას, არაეკვივალენტური ლექსიკისა და რეალიების ინგლისური ენიდან თარგმნისას ქართულსა და რუსულ ენებში წარმოქმნილი პრობლემების, სირთულეებისა და თავისებურებების შესწავლა, ასევე უცხოურ სიტყვათა თუ ტერმინთა დამკვიდრება და მათი გამოყენების საკითხი მედიატექსტებში.

მედიატექსტების ინფორმაციას აქვს რამდენიმე თავისებურება. უპირველესად, ის არა მარტო აღწერს ფაქტებს, არამედ ასახავს მოსაზრებებს, ხასიათს, შეიცავს კომენტარებს. ეს განასხვავებს მას, მაგალითად, სამეცნიერო ინფორმაციისგან.

კიდევ ერთი თავისებურებაა ის, რომ ასეთი ტექსტების ავტორთა წინაშე არ დგას ამოცანა, ყოველმხრივ, ვრცლად აღწერონ ესა თუ იმ მოვლენა; ავტორი ცდილობს, აღწეროს მხოლოდ ის, რაც იწვევს ინტერესს საზოგადოების განსაზღვრულ ჯგუფში, გამოკვეთს ცხოვრების იმ მხარეებს, რომლებიც უმთავრესია მისი პოტენციური აუდიტორიისთვის.

## თავი I

### ტექსტის ცნება და რაობა, მისი ტიპები და კვლევა ლინგვისტიკაში

წინამდებარე თავის კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ტექსტის რაობა, ტიპები და ნაირსახეობები, რომლებიც ფორმირდება სოციალური და კომუნიკაციური გამოცდილებით, გამოირჩევა განზოგადებით და გამოიყენება სოციალურად განპირობებული წესების შესაბამისად.

საუბრობენ რა „ტექსტის“ გაგებაზე, მეცნიერები და მკვლევრები უმეტეს შემთხვევაში არ აზუსტებენ მის საზღვრებს, მაგრამ მათ მიერ მოყვანილი მაგალითები ცხადყოფს, რომ ისინი გულისხმობენ წერილობით ტექსტებს.

ჩვენი კვლევის საგანია სწორედ ზეპირი და წერილობითი ტექსტები, მათი ტიპები და მედიატექსტი; წერილობითი ტექსტების უპირატესობები, მათი მნიშვნელობა და დანიშნულება.

ბევრ მეცნიერულ ნაშრომში ზეპირი და წერილობითი ტექსტების განსხვავების პრობლემას დიდი ყურადღება ეთმობა და განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. გასათვალისწინებელია, რომ ტექსტი წარმოადგენს გარკვეულ ცოდნას, რომელიც წარმოიქმნება, არსებობს და ვითარდება ლიტერატურული ენის წერილობით ვარიანტში. მხოლოდ ასეთ ვარიანტში ვლინდება ტექსტის, როგორც ენის გრაფიკული გამოვლინების, სახე.

თავში, აგრეთვე, მიმოვიხილავთ ტექსტის საკითხს ლინგვისტიკაში, რადგან ტექსტის მიმართ ფუნქციურმა მიდგომამ, ასევე მისი სხვადასხვა მახასიათებლის კვლევამ მეცნიერები მიიყვანა კომუნიკაციური ლინგვისტიკის ევოლუციამდე და შესაბამისად, აიძულა ისინი, გარკვეული კორექტირება შეეტანათ სამეტყველო კომუნიკაციის მოდელში, შეეცვალათ წარმოდგენა კომუნიკაციურ აქტებზე.

მაგალითად, გასული საუკუნის 70-იან წლებში დომინირებდა შეხედულება კომუნიკაციური აქტების, როგორც გამოთქმების, გაცვლაზე, მათში იგულისხმებოდა წინადადებები, ხოლო ტექსტი განიხილებოდა, როგორც გამოთქმების თანმიმდევრობა. კომუნიკაციური აქტის ასეთ წარმოდგენას ჩვენ ვხვდებით თითქმის ყველა ნაშრომში, რომლებიც ეხება თარგმანის თეორიას.

ასევე გასული საუკუნის 80-იანი წლების დასაწყისიდან კომუნიკაციური აქტების გაგებაში შეაქვთ ტექსტი თუ მისი ფრაგმენტის გაგებაც და ამჯერად სწორედ ტექსტი მოიაზრება კომუნიკაციურ ერთეულად.

კომუნიკაციურმა ლინგვისტიკამ კორექტივები შეიტანა ტექსტის შემადგენელი ნაწილების გაგებაშიც. ტექსტის ილუსტრაციებიც ხშირ შემთხვევაში მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მატარებელია და მამასადამე, ღირს საუბარი არა მხოლოდ ვერბალურ, არამედ ტექსტის სემიოტიკურ შემადგენლობაზეც. თავის განსაზღვრებაში მკვლევარი გეპფერიხი აღნიშნავს ტექსტის გამომხატველობითი ფუნქციის შესახებ: „ტექსტი თემატურად, თუ ფუნქციურად ორიენტირებული, ლინგვისტური ან ლინგვოგამომსახველობითი კომპლექსია, რომელიც იქმნება განსაზღვრული მიზნით, საკომუნიკაციო ინტენციით და მას აკისრია შემეცნებითი, კომუნიკაციური ფუნქცია და წარმოადგენს შემადგენლობით და ფუნქციურად დასრულებულ ერთეულს“ (ალექსეევა, 2008:25).

ასევე ძალიან მნიშვნელოვანი და ყურადსაღებია ტექსტის აღქმის ფსიქოლინგვისტური ასპექტები (რომლებიც დაკავშირებულია ტექსტის შექმნასა და გაგებასთან), ტექსტის ფონეტიკური მახასიათებლები, არგუმენტირების თეორია და ასევე, სტილისტიკური პრობლემების მთელი კომპლექსი.

### **1.1. ტექსტის განსაზღვრება და ტექსტი, როგორც ლინგვისტური კვლევის ობიექტი**

ტექსტის რაობის საკითხის შესახებ სხვადასხვა აზრი არსებობს. მისი ყველა განსაზღვრება პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ დიდ ჯგუფად: პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება განსაზღვრებები, რომელთაც ზოგადობის პრეტენზია აქვთ. ისინი ასახავენ საკვლევო ობიექტის უზოგადეს ნიშნებს; ტექსტად მიიჩნევენ კომუნიკაციური ინტენციის განხორციელებისთვის საჭირო ყველა ენობრივ გამოხატულებას. ტექსტს ზოგადად შესაბამისი დარგის მკვლევრები თვლიან ენობრივი კოდის სოციოკომუნიკაციურ ქმედებაში გადაყვანის უნივერსალურ ფორმად.

მეორე ჯგუფის განსაზღვრებები კი უფრო ვიწროა და საფუძვლად ედება კერძო საკითხების კვლევას, ტექსტის შესწავლას სხვადასხვა ასპექტის მიხედვით: ენისა და მეტყველების პოზიციიდან პარადიგმატიკულ და სინტაგმატიკულ ჭრილში, გრამატიკული, ლექსიკური და სტილისტიკური თავისებურებების აღწერით. ზოგადად, ტექსტის ცალსახად განსაზღვრა შეუძლებელია. დღესდღეობით, ტექსტი, როგორც შესწავლის საგანი, სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტთა ყურადღებას იწვევს. მისით დაინტერესებული არიან მკვლევრები, რომელთა კვლევის საგანს წარმოადგენს ენის ფუნქციურ-კომუნიკაციური ასპექტები. ტექსტში ხშირად მოიაზრება ტექსტის გრამატიკა, სტილისტიკა, სინტაქსი, ლინგვისტიკა. ტექსტი თავისი მრავალასპექტიანი ბუნების გამო მხოლოდ ენობრივ კატეგორიას არ წარმოადგენს. არსებობს განმარტებები, რომ „ტექსტი არის წინადადებაზე მეტი ერთეული“, ან – „წინადადებების თანმიმდევრობა“ და ა.შ., რაც ნამდვილად არასრულია, რადგან აღნიშნული განმარტებები ასახავს ტექსტის მხოლოდ წყობას, მის ექსტრალინგვისტურ მაჩვენებლებს კი ყურადღების მიღმა ტოვებს, უფრო მეტიც – თუ გავითვალისწინებთ ტექსტის შინაარსობრივ კომპონენტს, ტექსტი წინადადებებისგან კი არ შედგება, არამედ რეალიზდება მათში (ვალგინა, 2009:36). ტექსტად იწოდება რამდენიმე ასეული გვერდის მოცულობის ნაწარმოები, ასევე – ორი ან ორზე მეტი თემატურად ურთიერთდაკავშირებული წინადადება. ზღვრულ შემთხვევებში კი ტექსტის როლის შესრულება შეუძლია წინადადებასაც. ამასთანავე, ტექსტი შეიძლება, გავიგოთ უკიდურესად ფართო მნიშვნელობითაც, როგორც ეს ესმის მაგალითად, თანამედროვე სემიოტიკას (ან მასზე დაფუძნებულ ტექსტის ფილოსოფიას). თანამედროვე სემიოტიკაში ტექსტად მიჩნეულია ნებისმიერი ნიშნობრივი თანმიმდევრობა – მხატვრული ტილო, ლექსი, ცეკვა, რაიმე ტიპის ჟესტი და ა. შ. – ყველაფერი, რასაც კომუნიკაციის ფუნქცია აკისრია. „კომუნიკაცია ხომ კომუნიკაციური აქტებისგან შედგება, რომლებშიც მონაწილეობენ კომუნიკანტები, რომლებიც ქმნიან გამოთქმებს და ახდენენ მათ ინტერპრეტირებას“, - წერს ი. ნ. გორელოვი, ხაზს უსვამს რა, გამოთქმისა და ტექსტის იდენტობას კომუნიკაციური თვალსაზრისით.

ცნობილი სემიოტიკოსი, კულტუროლოგი და ლიტერატურათმცოდნე ვ. რუდნევი თვლის, რომ თვით ქალაქის ქუჩაც კი არის ტექსტი ან ტექსტთა ერთობლიობა, რადგანაც ქუჩაში გვხვდება ქუჩათა სახელწოდებების, სახლების ნომრების, მაღაზიათა და სხვა დაწესებულებათა დასახელებების გამომხატველი სხვადასხვა ტექსტი; სარეკლამო ბანერებზე გადმოცემულია გარკვეული შინაარსის ამსახველი ტექსტები; საგზაო ნიშნები და შუქნიშნებიც ინფორმაციის მატარებელია, შესაბამისად, ასრულებენ კომუნიკაციის ფუნქციას და რაც კომუნიკაციას ამყარებს, არის ტექსტი, თუმცა ამ თვალსაზრისით ვაწყდებით წინააღმდეგობასაც, მაგ: ქუჩაში მოძრავი ადამიანების გამოცნობა მათი ჩაცმულობის მიხედვითაც შეიძლება, თუ რა პროფესიის ან რა მიმდინარეობის მიმდევარია იგი. ასე მაგალითად, ადვილად გამოსაცნობია იმ ადამიანთა პროფესია, რომელთაც უნიფორმა აცვიათ (სამხედრო, პოლიციელი, მეზღვაური) ან ვარცხნილობის მიხედვით შეგვიძლია, დაახლოებით მივიღოთ ინფორმაცია, რომ იგი პანკია, ან სხვა რომელიმე მიმდინარეობის მიმდევარი; გარეგნული ნიშნებით შეიძლება ადამიანის იდენტობის განსაზღვრა და ა. შ. გამოდის, რომ რადგან ყველაფერი ეს იძლევა რაღაცა დონის ინფორმაციას, ტექსტი ყოფილა და „აღარ რჩება ადგილი რეალობისთვის“ (რუდნევი, 1997:308).

საინტერესო მიგნებაა ტექსტისა და რეალობის დაპირისპირების მეთოდი. ხომ არის ცნობილი და აღიარებული, რომ ნებისმიერ ენაში ნებისმიერ სიტყვას მაშინ ენიჭება მნიშვნელობა, როცა მას საპირისპირო მნიშვნელობის მქონე სიტყვა მოეძებნება. ვ. რუდნევი სწორედ ასეთი დაპირისპირების საშუალებით აძლევს მნიშვნელობას ტერმინ „ტექსტს“, რომელსაც უპირისპირებს ტერმინ „რეალობას“. მისი აზრით, ეს ტერმინები ერთმანეთის ანტონიმებია. იგი გვთავაზობს შემდეგნაირ მაგალითს: „წარმოიდგინეთ ამგვარი სცენა: მოგზაურობთ მატარებლით, სადაც რადიოთი გადმოსცემენ ახალ ამბებს, სადაც, რომელიდაცა კუპეში, მაგნიტოფონიდან მოისმის მომღერლის მიერ ჩახლეჩილი ხმით შესრულებული ინგლისურენოვანი სიმღერა; ისმის გამცილებელი ქალების კამათი; სადაც პატარა ბავშვი ტირის; მგზავრთა ნაწილი პოლიტიკაზე საუბრობს, ნაწილი – გაზეთს კითხულობს; ფანჯრიდან მოჩანს ჩავლილი ან მოახლოებული ქალაქებისა თუ სადგურების სახელწოდებათა გამოსახულებიანი ფირნიშები. ესაა რეალობის პატარა

მოდელი, მაგრამ იგი მთლიანად, არსებითად შედგება ტექსტებისგან. ყველა ეპიზოდი იძლევა გარკვეულ ინფორმაციას, რომელთა დიდი ნაწილი არაფერში გჭირდებათ, ამდენად, თქვენ მათ იგნორირებას უკეთებთ, აქედან გამომდინარე, „რეალობას განვსაზღვრავდი, როგორც მეტად რთულ ნიშნობრივ სისტემას,“ – ამბობს იგი და ასკვნის: „რეალობა არის ტექსტი შექმნილი ღმრთის მიერ, ხოლო ტექსტი არის რეალობა, შექმნილი ადამიანის მიერ (რუდნევი, 1986; რუდნევი, 1994). ცნობილი ფილოსოფოსი და ტექსტის თეორიის ფუძემდებელი მ. ბახტინი მიიჩნევდა, რომ ტექსტი (ვერბალური თუ არავერბალური) მთელი ჰუმანიტარულ-ფილოლოგიური აზროვნების პირველადი მოცემულობაა: „ტექსტი გვევლინება იმ უშუალო სინამდვილედ (აზრისა და განცდების სინამდვილედ), რომლიდანაც შეიძლება, მომდინარეობდეს დისციპლინები და ეს აზროვნება. იქ, სადაც არ არის ტექსტი, არ არის ობიექტი გამოკვლევისა და აზროვნებისთვის“ (ბახტინი, 1986:474).

დღევანდელ ენათმეცნიერებაში ტექსტი განიხილება, როგორც მთლიანი ენობრივი წარმონაქმნი. ტექსტი მრავალწახნაგოვანი მოვლენაა, რომელიც არაერთგვაროვან მიდგომას, სხვადასხვა მეთოდით შესწავლას საჭიროებს. საწყის ეტაპზე ტექსტის კვლევაში ამოსავალ მასალად არა ტექსტი, არამედ ცალკეული წინადადება ითვლებოდა. ჰეგერი ტექსტს განსაზღვრავს, როგორც უფრო დიდ ერთიანობას, ვიდრე – წინადადებას.

გენერატიული მიდგომისას ტექსტი განიხილება, როგორც წინადადების კარგად ჩამოყალიბებული თანმიმდევრობა, თუმცა იგი არ არის მხოლოდ წინადადებათა კომპონენტების ჯამი. განსაზღვრულ შემთხვევაში წინადადება შეიძლება, აღმოჩნდეს დამოუკიდებელი ტექსტი.

გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ ტექსტი აღემატება წინადადებას არა მარტო სიგრძით, ანუ გაბმულობით სივრცესა და დროში, არამედ ფორმალურ-გრამატიკულ ფაქტორებთან მჭიდრო კავშირითაც, რაც, თავის მხრივ, დაკავშირებულია ადამიანთან, კომუნიკაციის პროცესსა და შემეცნებასთან. ტექსტს აღნიშნავდნენ, როგორც სემანტიკის ფუნდამენტურ ერთეულს და მისი, როგორც ზეწინადადების, განსაზღვრა, არ შეიძლება (Parret, 1974:101).

ახლოვდა რა ტექსტისა და სტილის ცნებას, ა. პ. გირო თვლიდა, რომ ტექსტი წარმოადგენს სტრუქტურას, ჩაკეტილ, ორგანიზებულ ერთიანობას, რომლის ჩარჩოებში ნიშნები ქმნიან იმ ურთიერთობის სისტემას, რომლებიც ამ ნიშნების სტილისტიკურ ეფექტებს განსაზღვრავს.

ტექსტის ლინგვისტური ანალიზის თეორიაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს პრადის ლინგვისტური წრის წარმომადგენლებმა. ფრანგი, გერმანელი, ჰოლანდიელი და ტექსტის სხვა თეორეტიკოსების ბოლო წლის ნაშრომებმა გააფართოვა იმ საკითხების სფერო, რომლებიც დაკავშირებულია ტექსტის სტრუქტურასთან, ანთოლოგიასა და პარამეტრებთან. მათ შორის არიან დასკალი, ვეიზმანი, გირო, გრეიმასი, ტოდოროვი, დრესლერი და სხვები. ტექსტის თეორიის შემდგომ კვლევაში გამოიყოფა ორი მიდგომა.

პირველი მიდგომა წარმოადგენს სწრაფვას ტექსტის ფორმალიზებული გრამატიკის შექმნისკენ, რისთვისაც იქმნება წესები, პროცედურები, სქემები, რომლის მიხედვით შესაძლებელია ტექსტის სტრუქტურის მოდელირების განხორციელება. მეორე მიდგომაა კონკრეტული სამეტყველო აქტების შესწავლის გზით ტექსტის საერთო თეორიის შექმნისკენ სწრაფვა. პირველი მიდგომა, ძირითადად, დამახასიათებელი უნდა იყოს დასავლეთ-ევროპული სკოლისთვის, მეორე კი – რუსული ლინგვისტიკისთვის. რუსულ ლინგვისტიკაში ტექსტი აღიქმება, არა მარტო როგორც ფორმალურად შეკავშირებული თხრობა, არამედ როგორც აზრობრივი ერთიანობა. ტექსტი განიხილება სამეტყველო შემოქმედებით აქტებთან უშუალო კავშირში, ამიტომ იგი განისაზღვრება, როგორც სამეტყველო აქტი ან ურთიერთდაკავშირებული სამეტყველო აქტი ან აქტების რიგი, რომელსაც ინდივიდი განსაზღვრულ სიტუაციაში ახორციელებს.

ტექსტის უფრო სრულ განსაზღვრებას გვთავაზობს ი. რ. გალპერინი, რომელიც ახასიათებს მას, როგორც სამეტყველო პროცესის ნაწარმოებს, რომელიც დამთავრებულია, რეალიზებულია წერილობითი დოკუმენტის სახით, ლიტერატურულად დამუშავებულია ამ ტიპის დოკუმენტის შესაბამისად.

ზოგადად, ნაწარმოები შედგება სახელწოდებისგან (სათაურისგან) და სხვა განსაკუთრებული ურთიერთდაკავშირებული ერთეულებისგან (ზეფრაზული მთლი-

ანობისგან) ლექსიკური, გრამატიკული, ლოგიკური თუ სტილური დაკავშირების სხვადასხვა ტიპით, რომელთაც აქვთ განსაზღვრული მიზანდასახულობა და პრაგმატიკული განწყობა (გალპერინი, 1981:18). მკვლევარი იქვე აღნიშნავს, რომ „წერილობითი ტექსტი ყოველთვის პრაგმატიკულია, ისევე, როგორც ყველა სახის ტექსტი“, შემდეგ უკვე ის გამოვლინდება ზეპირ მეტყველებაში.

კ. ა. ფილიპოვმა მრავალი ნაშრომი მიუძღვნა ზეპირ და წერილობით ტექსტებს შორის განსხვავებას. მას მოჰყავს იმ მეცნიერთა მოსაზრებები, რომლებიც გამომდინარეობენ ზეპირი ტექსტის ნიშნების პერსპექტივებისგან. ამ კონტექსტში განიხილება, ასევე, ტექსტების ფსიქოლინგვისტური კვლევა (ალექსევა, 2008:11).

ქართველი ენათმეცნიერის – ვ. ფურცელაძის მიხედვითაც, ტექსტი არის არა მარტო წერითი, არამედ პირველ რიგში წერილობითი წარმონაქმნი, წერის ან წარმოთქმის გზით პროდუცირებული. ის არის აზროვნებისა და შემეცნების პროცესის გრაფემულ-გრაფიკული საშუალებით განხორციელებისა და ცნობიერების შინაარსების სემიოტიკური ნიშნებით გადმოცემის შედეგი. ტექსტი არის ადამიანის ენობრივი მოღვაწეობის წერილობითი მანიფესტაცია, რაც მას მნიშვნელოვნად განასხვავებს ზეპირი გამონათქვამებისგან. მისი აზრით, ტექსტის ლინგვისტიკის ერთ-ერთ პრობლემად რჩება სწორედ ამ განსხვავების გამოკვეთა, თანამედროვე მეთოდებით ემპირიული მასალის გაანალიზება, განზოგადება და სათანადო დასკვნების გამოტანა (ფურცელაძე, 1998:14). უდავოა, რომ წერილობითი ტექსტი მუდმივია, ხოლო ზეპირი ტექსტი გარკვეული დროის შემდეგ ქრება.

ტექსტი ყოველთვის იყო და რჩება ყველაზე მოთხოვნად კატეგორიად სხვა მეცნიერებათა შორის საკვლევი კუთხით. ტექსტი, როგორც ლინგვისტური კვლევების ობიექტი, ფენომენი საკმაოდ მრავალმხრივი და არაერთმნიშვნელოვანია. აღნიშნული კატეგორიის სამეცნიერო ცოდნის სხვადასხვა ვექტორში ინტერპრეტაციისას, აქცენტი ყოველთვის კეთდებოდა მისი არსის ყველა შესაძლო ასპექტზე, ვინაიდან ტექსტი წარმოადგენს ნიშანს (რთულ ენობრივ ნიშანს) სტატიკური სისტემის ნაწილს, დინამიკურ ერთეულს (ტექსტის შექმნის, ტექსტის შესწავლისა და ტექსტის აღქმის კუთხით), კომპონენტს, კულტურის გამოვლინებას, კულტურათაშორისი კომუნიკაციის საშუალებას, სოციალურ ფენომენს,



დისციპლინათშორის ობიექტს, ერთ კოდირებულ და მრავალ კოდირებულ სივრცეს (ტარევა, 2014:99). ტექსტის ლინგვისტიკას საკუთარი მიზნები და ამოცანები აქვს ტექსტის მიმართ. მისი შესწავლის საგნად, ბუნებრივია, მიიჩნევა არა ნებისმიერი ნიშნობრივი ერთეული, არამედ ვერბალური (სიტყვიერი) ტექსტი, რომელიც მკვლევარ მ. ბახტინის სიტყვებით თუ ვიტყვით, არის „პირველადი მოცემულობა ჰუმანიტარული დისციპლინებისა და ა. შ.“ სწორედ სხვადასხვა მიზეზის გამო (ლინგვისტური თუ არალინგვისტური) გახდა აუცილებლობა დამოუკიდებელი დისციპლინის – ტექსტის ლინგვისტიკის შექმნისა, რომლის ფარგლებში შესაძლებელი გახდა ტექსტის, როგორც ლინგვისტური ცნების, არსის განსაზღვრა, ტექსტობრივ კატეგორიათა პრობლემის დასმა, ტექსტის ორგანიზაციის კანონების დადგენა, ტექსტთა ტიპოლოგიის აგება და ა. შ.

ტექსტის ლინგვისტიკა, როგორც ენათმეცნიერული დისციპლინა, რამდენიმე ათეული წლის წინათ ჩაისახა, ამდენად, იგი შედარებით ახალია და არკვევს, რა სახის ტექსტთან გვაქვს საქმე – მხატვრულ ნაწარმოებსა თუ სამეცნიერო თხზულებასთან, სასაუბრო-საკომუნიკაციო თუ სხვა ხასიათის ტექსტთან; როგორია ტექსტის მოცემულობა, ჟანრი, სტილი, მისი მიზანი და თემა, მისი სტრუქტურა და სხვა. ამასთანავე, შეისწავლება სხვადასხვა ზომის ტექსტის აგების კანონზომიერებები – მაგალითად, რა კანონებს ემორჩილება რომანის, როგორც ტექსტის, აგება; რა თავისებურებები ახასიათებს, ვთქვათ, სამეცნიერო სტატიის აგებას და სხვა. ტექსტის ლინგვისტიკას აინტერესებს, რა უზრუნველყოფს ტექსტის ფორმობრივ და შინაარსობრივ მთლიანობას.

ლინგვისტიკის შესწავლის საგანია ისეთი მიმართება, როგორცაა, თემა და მისი დამოკიდებულება ტექსტში გადმოცემული ძველი და ახალი ინფორმაციის მიმართ. ბოლო პერიოდში მეთოდისტების ყურადღებას იპყრობს ტექსტის სამი მიმართულებით შესწავლა სამეცნიერო ლინგვისტურ სივრცეში. პირველი მიმართულება ინტენსიურად სწავლობს ავთენტური ტექსტის პარამეტრებსა და მახასიათებლებს, „ზეპირსა და წერილობით ტექსტებს, რომლებიც წარმოადგენენ ამა თუ იმ ენისა და კულტურის მატარებლების სამეტყველო საქმიანობის რეალურ

პროდუქტებს. ტრადიციულად ავთენტურ ტექსტს უპირისპირდება არაავთენტური, რომელიც საგანმანათლებლო მიზნებისთვის გამოხატავს ენისა და კულტურის მატარებლების ობიექტური სამყაროს ენობრივ სურათს. ავთენტური ვერბალური ტექსტი საშუალებას იძლევა, ადეკვატურად გადმოიცეს ენის მატარებლების კომუნიკაციური კომპეტენციები, რომლებსაც შეუძლიათ, შეასრულონ ანალიზის ობიექტის, ინტერპრეტაციისა და ამავდროულად, რეპროდუქციის მოდელის როლი. სწორედ ავთენტური ტექსტი იძლევა შესასწავლი ენის ქვეყნის რეალურ კონტექსტში წვდომის საშუალებას. საზოგადოდ ხომ ცნობილია, რომ სწორედ ტექსტის, როგორც კულტურათმორისი კომუნიკაციის არხის, გავლით შეიცნობა სხვა ერი. ტექსტი კულტურათმორის კომუნიკაციაში ხვდება ახალ კულტურულ-კომუნიკაციურ გარემოში. ამას თან სდევს გარკვეული პრობლემები. ტექსტი ადეკვატურად გაიგება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი ავტორისა და ადრესატის კონტექსტები ემთხვევა ერთმანეთს. ლინგვისტიკაში ტექსტის ფლობა კულტურათმორის კომუნიკაციაში აღძრავს ორივე ფენომენის, ტექსტისა და თვით კულტურათმორისი კომუნიკაციის, საინტერესო კუთხით შესწავლის ინტერესს.

თანამედროვე კომუნიკაციური ლინგვისტიკა კომუნიკაციის სამ ძირითად კომპონენტს გამოყოფს, ესენია: ადრესანტი, ტექსტი და ადრესატი, მაგრამ ენობრივი კომუნიკაციის განხორციელებისთვის საჭიროა სხვა კომპონენტებიც: კონტექსტი (იგივე რეფერენტი: ის, რის შესახებაცაა ლაპარაკი), კოდი (რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება კომუნიკაცია) და კონტექსტი (ადრესატსა და ადრესანტს შორის არსებული ფიზიკური და ფსიქოლოგიური არხი). გამონათქვამი ტექსტად მხოლოდ მაშინ გადაიქცევა, როდესაც მას განვიხილავთ გარკვეული სიტუაციის ფარგლებში და როდესაც გვაქვს ამ გამონათქვამის ლინგვისტური კონტექსტის ცოდნა. სწორედ კონტექსტი იძლევა წინადადებების ერთმნიშვნელოვნად ინტერპრეტაციის საშუალებას. ჩვენი გამონათქვამების აზრს ქმნის არა მარტო ლინგვისტური მნიშვნელობები, არამედ მათი სოციალური მნიშვნელობაც, რაც ტექსტის აზრის შექმნაში მონაწილეობს სხვადასხვაგვარი კონტექსტის მეშვეობით.

როგორც ენობრივი, ისე სიტუაციური კონტექსტი მსმენელს აწვდის ინფორმაციას, რომლის გარეშეც წარმოუდგენელია ტექსტის სწორი გაგება. რომან იაკობსონი ასეთ საკომუნიკაციო სქემას წარმოგვიდგენს: მოლაპარაკე (ლოკუციის წყარო) შეტყობინებას გადასცემს ადრესატს (ლოკუციის მიზანს), ხოლო სამეტყველო აქტის მესამე შემადგენელია თვით შეტყობინება, გამონათქვამი, ლოკუცია. იმისთვის, რომ შეტყობინებამ შეასრულოს თავისი ფუნქცია, მას სჭირდება კონტექსტი – როგორც რეფერენციის ობიექტი, რომელიც ნაცნობია ადრესატისთვის და რომელსაც აქვს ვერბალური (ენობრივი) ფორმა. ყოველივე ეს ქმნის ექსტრალინგვისტურ კონტექსტს, ამასთანავე, ლოკუცია განფენილია დროში, ამდენად, სიტუაციური კონტექსტი ენობრივ კონტექსტთან ერთად აუცილებელი პირობაა წარმატებული კომუნიკაციისთვის.

## 1.2. ტექსტის ტიპები და ნაირსახეობა

ტექსტის სახეობათა შორის პუბლიცისტურ და სამეცნიერო თხზულებებთან ერთად ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უჭირავს მხატვრულ ნაწარმოებს. მნიშვნელოვანია სასაუბრო-საკომუნიკაციო ტექსტებიც. მათი ერთობლიობა კი ქმნის ტექსტთა ტიპებს, განსხვავებულ სტილებს.

ტრადიციულად, ლინგვისტები და ენის პრობლემებზე მომუშავე სხვა მკვლევრები მიიჩნევდნენ, რომ ენის კორპუსი შედგებოდა მხოლოდ წერილობითი წყაროებისგან, რომლებიც ქვეყნდებოდა წერილობითი ფორმით (ნოველა, პიესა, სატელევიზიო ტექსტი, ჟურნალ-გაზეთისა თუ სახელმძღვანელოს ტექსტი და ა.შ.). ტერმინი „სასაუბრო ენის ტექსტუალური კორპუსი“ spoken language text corpora გამოიყენებოდა წერილობითი ტექსტების მონაცემთა სისტემის აღსანიშნად, თუმცა დ. კრისტალის მოსაზრების მიხედვით, წერილობით ტექსტამდე და შესაბამისად, წერილობით მეტყველებამდე არსებობდა ზეპირი მეტყველება (კრისტალი, 2012: 92-108).

ტექსტს არ შეიძლება რაიმე ჟანრობრივი ფორმა არ ჰქონდეს. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ნებისმიერ ჟურნალისტურ ჟანრს აქვს საკუთარი საგანი, ფუნქცია და მეთოდი.

ჟურნალისტური ჟანრის სპეციფიკას ეხებიან, აგრეთვე, ქართველი ავტორები რ. სურგულაძე და ე. იბერი, რომლებიც გამოყოფენ ჟანრობრივი სპეციფიკის შემქმნელ შემდეგ ნიშან-თვისებებს:

1. ჟანრების თავისებურება თანაბრად არის განპირობებული მათი ავტორებითა და მკითხველებით;
2. ჟანრები ერთგვაროვნებას ავლენს ფუნქციით; ჟანრები ინარჩუნებს და ავითარებს ტექსტობრივ ფორმებს;
3. ჟანრები ქმნის ტექსტის წარმოებისა და მათი აღქმის, გაგების საშუალებას (ლედერერი, 2008:41).

პუბლიცისტური ჟანრების ზემოთ ნაჩვენები ნიშან-თვისებები ერთმანეთთან მჭიდროდაა დაკავშირებული. ჩვენთვის განსაკუთრებით საყურადღებოა პირველი დებულება, რომელიც ჟანრს კომუნიკაციის პროცესში ჩართულ ელემენტად წარმოაჩენს. იგი გაგებულია, როგორც თავისებური `კოლექტიური შემოქმედების ნაყოფი, რომელიც აუდიტორიის მიზნებს ითვალისწინებს, გარკვეულ კულტურულ ტრადიციებს აყალიბებს და უადვილებს აუდიტორიას, სწრაფად იცნოს თავისი სასურველი ჟანრი, ხოლო ჟანრთა ფუნქციური ერთგვაროვნება გულისხმობს, რომ იგი მკითხველისა თუ აუდიტორიის მიზნის შესაბამისად იქმნება, ყალიბდება მათთვის მისაღები სტილი და სტრუქტურა, ამით ხდება იგი აუდიტორიისთვის მისაღები და საინტერესო. მნიშვნელოვანია იმ ფაქტის აღნიშვნაც, რომელსაც ლედერერი აღნიშნავს კადიკოვის მიერ შექმნილ სქემაზე დაყრდნობით, რომ ავტორები ძირითადად განიხილავენ ბეჭდვითი მედიის ჟანრებს, პუბლიცისტიკის საგნის თავისებურებიდან გამომდინარე, გამოყოფენ ინფორმაციულსა და ანალიტიკურ ჟანრებს, ანუ მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრები ტრადიციულ ჟანრთა შორის არ არის მოხსენიებული. ქართველ ავტორთა პოზიცია მნიშვნელოვნად განსხვავდება კადიკოვას პოზიციისგან იმით, რომ ეს ავტორები საერთოდ არ ცნობენ

მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრთა არსებობას. ამას ადასტურებს ის ფაქტიც, რომ ისეთი ჟანრიც, როგორცაა პუბლიცისტური ნარკვევი (ცენტრალური ადგილი უკავია მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრთა ჯგუფში), შეტანილია ანალიტიკურ ჟანრთა კატეგორიაში. მათი პოზიცია ჩვენთვის მისაღებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გავითვალისწინებთ თანამედროვე მასმედიაში მიმდინარე ინტენსიურ ცვლილებებს.

ცნობილი ფაქტია, რომ ახალი ტექნოლოგიები ხელს უწყობს დღემდე სრულიად უცნობი ჟანრების გაჩენას. ზოგიერთი შეხედულებით, მარტო პრესაში ორმოცამდე სხვადასხვა ჟანრია დაფიქსირებული, მაგრამ როგორც უკვე აღვნიშნეთ, არ არსებობს ტექსტი, რომელსაც რაიმე ჟანრობრივი ფორმა არ ჰქონდეს. რა ქმნის ამ მყარ ჟანრობრივ ფორმას, რომელსაც ჟურნალისტური ტექსტი უნდა პასუხობდეს? საგანი, ფუნქცია და მეთოდი არის ჟურნალისტური ჟანრისთვის ის სამი ძირითადი ბოძი, რომელსაც იგი ეყრდნობა და სწორედ ამ სამს შორის მჭიდრო კავშირი ქმნის მყარ ფორმას, რომელსაც ჟანრი ეწოდება (ლედერერი, 2008:41). საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ქრონოლოგიურად წინ უსწრებს სატელევიზიო და რადიომუწყებლობის ჟანრებს და, ამავე დროს, წარმოადგენს მათს საფუძველს.

როგორც ცნობილია, ნებისმიერი ფუნქციური სტილის შესწავლა უნდა დაიწყოს და წარმართოს მისთვის დამახასიათებელი ჟანრების, ანუ ტექსტის ტიპების შესწავლით, რადგან ყოველი ფუნქციური სტილის ქვესტილის ჟანრობრივ სივრცეს ქმნის მოცემული ჟანრის ტექსტები. როგორც ცნობილია, საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე ჟურნალისტური ფუნქციური სტილის სხვა სივრცეებისგან განსხვავდება მეთოდით ანუ არხის გზით, რადგან იგი მიმართავს მხოლოდ ბეჭდვით მეთოდს, საგანი სამივე ქვესტილისთვის არის გარკვეულწილად ფაქტი, ხოლო ფუნქცია – აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოხდენა და მისთვის ინფორმაციის მიწოდებაა. სწორედ წერილობითმა კომუნიკაციამ არსებითად ბევრი რამ მოითხოვა საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცისა და მისი შემადგენელი სივრცეებისგან. უპირველეს ყოვლისა, კომუნიკაციის ამ სახემ ჟურნალისტური ტექსტისგან, განურჩევლად იმისა, თუ რომელ ჟანრს (ინფორმაციულ, ანალიტიკურ თუ მხატვრულ-პუბლიცისტურს) მიეკუთვნება იგი, მოითხოვა გადასაცემი ინფორმაციის მაქსიმალურად, სრულად და

თანმიმდევრულად წარმოდგენა, რადგან ამ დროს ავტორი და მკითხველი დროის სხვადასხვა მონაკვეთში იმყოფებიან. შეიძლება ითქვას, რომ ეს არის ერთ-ერთი საფუძველი იმისა, რომ საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე დამოუკიდებელ ქვესტილად გამოვეყოთ. საგაზეთო ჟანრობრივი სივრცე მოიცავს სამ დიდ ჟანრობრივ ჯგუფს: მ.ლედერერის ჟანრთა კლასიფიკაციის სქემაზე დაყრდნობით გამოყოფს ინფორმაციულ, ანალიტიკურ და მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრებს. ეს კლასიფიკაცია შემდეგნაირად გამოიყურება:

**ინფორმაციული ჟანრები:**

1. ქრონიკა;
2. ინფორმაცია (მოკლე, შენიშვნა); ჩანახატი;
3. ინტერვიუ (მონოლოგი, დიალოგი, ანკეტა და პრობლემური ინტერვიუ, დისკუსია);
4. ანგარიში (თემატური, კომენტარებით); მოგზაურის ჩანაწერები;
5. მიმოხილვა;
6. რეპორტაჟი (მოვლენური, თემატური, დადგმითი); ანალიტიკური ჟანრები;
7. კორესპონდენცია;
8. სტატია (პროპაგანდისტური, პრობლემური, კრიტიკული); მიმოხილვა;
9. რეცენზია (ლიტერატურული, კინო, თეატრალური);

**მხატვრულ-პუბლიცისტური:**

- ნარკვევი (სიუჟეტური, აღწერილობითი);
- ფელეტონი (ლედერერი, 2008 :41).

ინფორმაციულ ჟანრებში უმთავრესია ახალი მოვლენის ასახვა, ის, თუ რა მოცულობით, რა გზით გადმოიცემა ეს ახალი მოვლენა, დამოკიდებულია ამ ჟანრობრივი სივრცის კონკრეტულ წარმომადგენელზე, რადგან ზოგიერთ ფაქტს მოკლედ, ოპერატიულად გადმოსცემს, ზოგიერთს კი – ფაქტის აღწერისას იმდენად

ყოველმხრივ აშუქებს, რომ შეიძლება, თვით პერსონაჟების დახასიათებასაც შეეხოს და ილუსტრაციაც გამოიყენოს (რეპორტაჟი). ერთი რამ ცხადია: ამ ჟანრობრივ სივრცეში უმთავრესია ფაქტის მარტივი ფიქსაციისკენ სწრაფვა. რაც შეეხება *ანალიტიკურ ჟანრებს*, აქ უკვე აშკარაა მოვლენების (ფაქტების) ფართოდ გაშუქების შესაძლებლობა; შეიძლება, გვექონდეს ფაქტების დიდი რაოდენობაც, რითაც სუბიექტი-ანალიტიკოსი ყოველმხრივ განიხილავს განსაზღვრულ ფაქტს და წარმოადგენს საკუთარ შეფასებას, ანალიზს. ამ ჟანრებისთვის დამახასიათებელ ნიშნებად შეიძლება, გამოვყოთ: ა) ანალიზის სიღრმე; ბ) განზოგადების სიფართოვე; გ) საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი ფაქტების შეფასებათა ობიექტურობა.

ფაქტის გადმოცემის თვალსაზრისით თვით ამ ჟანრის ტექსტობრივ სივრცეებს შორის არსებობს განსხვავებები. კორესპონდენცია ცალკეული ფაქტის საფუძველზე განზოგადებულ ფაქტამდე მიდის, ხოლო სტატიაში, პირიქით, ზოგადიდან მივდივართ კონკრეტულისკენ, ამრიგად, ჟანრთა ტექსტობრივ სივრცეებში ფაქტის განხილვის თუ გადმოცემის გზები განსხვავებული და საინტერესოა. მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრებში კი ერთდროულად გვაქვს მხატვრულობა და პუბლიცისტურობა. მაგრამ რას ნიშნავს თითოეული მათგანი ამ ჟანრისთვის? მხატვრულობა რეალობის ხატოვანი ასახვაა, სიტუაციის მოდელირებაა; შეიძლება, აქ გადმოცემული ფაქტი გამოგონილიც იყოს, ხოლო პუბლიცისტურობა ხასიათდება თხრობის დოკუმენტური ტენდენციურობით; მისთვის დასაშვებია ვარაუდები და არა – სიცრუე. ამ ჟანრებში ფაქტი თითქოს მეორეხარისხოვანი ხდება, სწორედ, რომ მხატვრულობა და პუბლიცისტურობა უფრო თვალსაჩინოსა და მნიშვნელოვანს ხდის სუბიექტს. აქ უმთავრესია ფაქტების ავტორისეული შეფასება, მისი ეს მეტაფორები, ფრაზეოლოგიზმები, სატირა თუ სხვა (სელესკოვიჩი, 2008:50). სწორედ ამის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ ჟანრთა ეს ჯგუფი მოქცეულია პუბლიცისტიკასა და ლიტერატურას შორის, ხოლო რაც შეეხება ფაქტის ასახვას, აქ დოკუმენტური ფაქტი (როგორც უკვე აღვნიშნეთ) მეორეხარისხოვანი ხდება, პირველ ადგილზე დგას ავტორისეული აზრი კონკრეტულ ფაქტზე და ის ხატოვნად აისახება ე. ი. ფაქტის გარეშე ჟურნალისტიკა არ არსებობს, მაგრამ თუ პირველ ადგილზე იდგა სხვა ჟანრებში და მთავარი იყო მისი ასახვა-გაშუქება, ამ ჟანრობრივ სივრცეში მთავარია

ფაქტის ავტორისეული შეფასება, ანუ როგორ უყურებს იგი ამ ფაქტს. სწორედ ამგვარი შეფასების გადმოსაცემად მიმართავს ავტორი მხატვრულ ხერხებს. იგი არც იუმორს, არც სატირას, არც გროტესკს არ უშინდება და უხვად იყენებს მათ.

მხატვრულ პუბლიცისტიკაში შედარებით ახალია სატირული ჟანრები, მასში შედის ფელეტონი და პამფლეტი. ფელეტონი მძაფრი კრიტიკით გამსჭვალული ლიტერატურული მასალაა. მისთვის დამახასიათებელია სისხარტე, ხატოვნება, იუმორი და ირონია. ფელეტონი იძლევა შემოქმედებითი წარმოსახვის მნიშვნელოვან თავისუფლებას როგორც კომპოზიციური წყობის შექმნისას, ასევე მხატვრული საშუალებების შერჩევისას. შეიძლება იმის თქმაც, რომ ფელეტონი ისეთ თემებს ირჩევს, რომლებიც ყოველდღიური ცხოვრების მოვლენების სუბიექტური გაშუქების საშუალებას იძლევა სპორტის ამბებისა და ამავე დროს, ძალიან ხშირად ემსახურება იგი სულიერი და კულტურული სფეროს ინტერესებს (გინსბურგი,1976:22). რაც შეეხება პამფლეტს, იგი საჭირობოროტო საკითხებისადმი მიძღვნა, მათი მხილებაა. შეიძლება დავამატოთ, რომ აქ პუბლიცისტურობა და სატირის მხატვრული ღირსებები ორგანულად ერწყმის ერთმანეთს და სწორედ ეს ხდის პამფლეტში კრიტიკას გამანადგურებელსა და მამხილებელს.

ყოველივე ზემოთქმულის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ მხატვრულ-პუბლიცისტურ ჟანრები სინთეზურია. მათში მხატვრულობა და პუბლიცისტურობა მაღალ დონეზეა შერწყმული. ერთი რამ კი ცხადია, მხატვრულ-პუბლიცისტიკის ჟანრები ლიტერატურასა და პუბლიცისტიკის ზღვარზე დგას, ორივეს ელემენტებს ითვისებს და ასე ქმნის საკუთარ მრავალფეროვან ჟანრობრივ სივრცეს, რომლების კვლევა თანამედროვე ლინგვისტიკაში აქტუალური მოვლენაა.

ტექსტური ინფორმაციის გამოხატვის ხერხები ექვემდებარება ერთი მხრივ, ენობრივი „ეკონომიის“ კანონს, მეორეს მხრივ კი, სამეტყველო სიტუაციის პარამეტრებს, როგორებიცაა: კომუნიკაციის მიზანი, სფერო, კომუნიკანტების ვინაობა, მათი ფონური ცოდნა, სქესი, ასაკი და სხვა. დიდი მნიშვნელობა გააჩნია ტექსტური შეტყობინების პარამეტრებსაც: ეს პროფესიული კომუნიკაციისთვის შექმნილი ტექსტია თუ თავისუფალი საუბრისთვის, ზეპირი თუ წერიტი შეტყობინებაა, რომელ



დისკურსს მიეკუთვნება და რა ჟანრს წარმოადგენს. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ნიუანსი გარკვეულწილად განაპირობებს ექსპლიციტისა და იმპლიციტის შეფარდებას ტექსტში, ამავდროულად, აღსანიშნავია, რომ მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ადრესატის ვინაობა, ჩვენი აზრით, რაც უფრო კონკრეტულ აუდიტორიაზე არის გათვლილი ტექსტი, მით უფრო გაზრდილია მასში გამოყენებული იმპლიციტური ხერხების რაოდენობა და ნაირსახეობა. პროფესიულ კომუნიკაციაში იმპლიციტი აღწევს მაღალ დონეს. როგორც ცნობილია, თარგმანის სტრატეგიის შემუშავებისას ბევრ ფაქტორს აქვს არსებითი მნიშვნელობა. ამათგან ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია ტექსტის ტიპოლოგია და ტექსტის მკითხველის კატეგორიის გათვალისწინება.

თარგმანის თეორიის სფეროში პირველი წარმოდგენები იყო მრავალი მცდელობა, გამოვლენილიყო თარგმანისა და ენის ურთიერთკავშირი, ხოლო „ტექსტის“ გაგება გამოიყენებოდა მხოლოდ მასალის აღწერისას, რომლის ბაზაზეც წარმოიქმნებოდა ეს წარმოდგენები. აუცილებელია, მოკლედ მიმოვიხილოთ ამ ტიპის კვლევა, იმისთვის, რათა უკეთ ჩავწვდეთ „ტექსტისა და თარგმანის“ არსს. იყო მოსაზრებები, რომელთა მიხედვითაც ენის, როგორც ერის სულის გამომხატველი ფენომენის, თარგმანს საერთოდ შეუძლებელიც კი იყო. ფრიდრიხ შლეირმახერი თავის ნაშრომში „თარგმანის სხვადასხვა მეთოდის შესახებ“ 1813 წელს, ამბობს, რომ აუცილებელია „ენის სულის“ გადმოცემა. აღსანიშნავია, რომ შლეირმახერის ამ ნაშრომში ჩვენ ვპოულობთ ტექსტის ისტორიაში ტექსტების ერთ-ერთ პირველ კლასიფიკაციას. ორიენტირებას აკეთებს რა თარგმანზე, ის გვთავაზობს, გავმიჯნოთ ტექსტები „საქმიანი ცხოვრების“, მეცნიერებისა და ხელოვნების სფეროდან. ის ასევე ხაზგასმით მიუთითებს ამ ორი ჯგუფის ტექსტებისადმი განსხვავებული მიდგომის აუცილებლობაზე. ამასთან, ის განიხილავს მხოლოდ სამეცნიერო და ხელოვნების სფეროს ტექსტებს „ერის სულის“ გამომხატველად; სწორედ მათი თარგმანისთვის გვთავაზობს ის „გამორიცხვას“ (ალექსევა, 2008:31).

პირველი მკვლევარი, რომელსაც გადაკოდირების მოდელში შეჰყავს „ტექსტი“, არის ანრი ვერნე. ის მიიჩნევს, რომ ორიგინალი ტექსტი გადაკოდირდება ნათარგმნ ტექსტად შუალედური ეტაპის გავლით, რომელიც „მეტატექსტია“ ენის დონეზე.

სწორედ აქ ჩანს გენერატიული, არაენობრივი კატეგორიების ურთიერთმიმართება. ა. ვერნეს კვალდაკვალ ბევრი მკვლევარი გვთავაზობს ანალოგიურ მოდელებს, რომლებიც არ ითვალისწინებს სხვადასხვა ტექსტის ტიპოლოგიურ ნიშნებს.

ზეპირი ტექსტის შესწავლის ისტორია გაცილებით უფრო ხანმოკლეა, ვიდრე წერილობითისა. სავარაუდოდ, აღნიშნულის მიზეზი ძველ ლათინურ გამონათქვამში უნდა ვეძიოთ: „Verba volant, scripta manent” (წარმოთქმული) სიტყვები ქრება, დაწერილი (სიტყვები) რჩება, რადგანაც, როგორც ზემოთაც აღინიშნა, წერილობით ტექსტს აქვს დროში რეზერვაციის უფრო მეტი შესაძლებლობა, ამიტომაც სამეცნიერო ლიტერატურაში მეტი ყურადღება სწორედ ამ ტიპის კვლევას ეთმობოდა. ზეპირი მეტყველება კი არის სპონტანური თავისი ბუნებითა და ფუნქციით (გინსბურგი, 1976:22).

მხატვრული ტექსტის პარალელურად თანამედროვე პირობებში ურთიერთობა გვაქვს მედიატექსტებთან. ტექსტის ვერბალური მხარე და მედიაკომპონენტები მჭიდრო ურთიერთკავშირშია ერთმანეთთან და შეუძლიათ შეეთავსონ ერთმანეთს სხვადასხვა პრინციპის საფუძველზე: დამატება, ილუსტრაციების გაძლიერება, გამოყოფა, საწინააღმდეგო აღქმა და ასე შემდეგ, რითაც იქმნება ზოგადი მთლიანობა უწყვეტი ერთიანობა, რომელიც არის სწორედ „მედიატექსტის“ წარმოდგენის არსი.

ა. ვ. ფეოდოროვის ნაშრომში – „მედიაგანათლების, მედიაპედაგოგიკის, მედიაწაკითხულობის, მედიაკომპონენტობის ტერმინების ლექსიკონი“ – მედიატექსტი განიხილება, როგორც საინფორმაციო გზავნილი, ჩამოყალიბებული ნებისმიერი სახით და მედიაჟანრით (საგაზეთო სტატია, ტელეგადაცემა, ვიდეოკლიპი, ფილმი და სხვა) (Федоров, 1983:102).

მედიატექსტი მედიაპროდუქციის კონკრეტული შედეგია საინფორმაციო გადაცემა, ჩამოყალიბებული მედიის ნებისმიერი სახით და ჟანრით (საგაზეთო სტატია, ტელეგადაცემა, ვიდეოკლიპი, ფილმი და ა. შ).

მედიაენა – ეს არის საშუალებების და გამომხატველობითი ხერხების კომპლექსი, რომელიც იქმნება კონკრეტული მედიატექსტებით.

მედიატექსტის კონცეფციის საფუძველი არის ვერბალური ერთეულების და მედიარიგების ორგანული შერწყმა. მედიატექსტის განსაზღვრება გამოდის ტექსტის

შესახებ ტრადიციული შეხედულების ჩარჩოებიდან, მისი გაგება უფრო ფართოვდება. მასში შედის მუსიკა და ხმოვანი ეფექტები, ვიზუალური სახეები...სხვანაირად რომ ვთქვათ, მედიატექსტი, ფაქტობრივად, ასახავს ტექნოლოგიას, რომელიც გამოყენებულია მისი შინაარსის, იდეის გავრცელებისთვის.

მედიატექსტის, როგორც მასობრივი მრავალსაფეხურიანი მოვლენის, პარამეტრებია:

1. ტექსტის წარმოების მეთოდი (საავტორო –კოლეგიალური);
2. შექმნის ფორმა (ზეპირი წერილობითი);
3. წარმოსახვის ფორმა (ზეპირი წერილობითი);
4. გავრცელების არხი (მასობრივი ინფორმაციის საშუალება: რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი);
5. ჟანრობრივ-ფუნქციური ტიპის ტექსტი;
6. თემატური დომინანტი ან ამა თუ იმ მყარი მედიატოპიკის (პოლიტიკა, ბიზნესი, სპორტი, კულტურა, ამინდი, შიგა და გარე ცხოვრების) სიახლეები.

ცალკე ყურადღებას იმსახურებს მედიატექსტის ფუნქციურ-სტილური ტიპოლოგია. ტექსტების ფუნქციური ჟანრული აღწერის მიდგომის შესაძლებლობები მასობრივი კომუნიკაციისთვის მრავალნაირია. მათ შორის გამოიყოფა მედიალინგვისტიკის თეორიის ფარგლებში დამუშავებული კლასიფიკაცია, რომელიც საშუალებას იძლევა, მოქნილად შევუროწყათ ტექსტის მყარ სტრუქტურას.

მოცემული კლასიფიკაცია გამოყოფს მედიატექსტის 4 ძირითად ტიპს: სიახლე; საინფორმაციო ანალიტიკა და კომენტარები; ტექსტი – ნარკვევი, სხვანაირად რომ ვთქვათ, ნებისმიერი თემატური მასალა, ინგლისური ტერმინი „features“ – რეკლამა.

მოცემული კლასიფიკაციის უნივერსალური დახასიათება განპირობებულია შემდეგი ფაქტორებით. ენის ფუნქციურ-სტილური დიფერენციაცია აწყობილია აკადემიკოს ვ. ვ. ვინოგრადოვის სწავლების ბაზაზე. ეს არის ტექსტები, რომელთა მთავარ ფუნქცია ინფორაციულობაა. მედიანალიტიკას ან კომენტარებს თვლიან გადაცემის ფუნქციის რეალიზაციად აზრის გამოთქმის და შეფასების კომპონენტების ზემოქმედებით. პუბლიცისტიკა ან ტექსტები „features“ ჯგუფებში, რომელიც

წარმოდგენილია CMU-ში, ხასიათდება ზემოქმედების გაძლიერებით, მის მხატვრულ ვარიანტში. და ბოლოს, რეკლამა ითავსებს ფუნქციას მდიდარი ლინგვისტიკური არსენალის საშუალებით საინფორმაციო მედიატექნოლოგიების ენას, რომელიც მიეკუთვნება ამა თუ იმ მასობრივი ინფორმაციის ენას. მეორეც, ეს კლასიფიკაცია საშუალებას გვაძლევს, დავახასიათოთ პრაქტიკულად ნებისმიერი მედიატექსტი, როგორც ძირითადი მახასიათებლებით, ასევე ენობრივი და მედიაფუნქციის თავისებურებებით.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე, ხალხის გონებასა და წარმოდგენაზე, ეროვნულ ცნებებსა და კულტურაზე. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებია არა მარტო საგაზეთო-საჟურნალო ტექსტები, არამედ სხვადასხვა გახმოვანებული მასალა: რადიო და ტელერეპორტაჟები, ინტერვიუ, პროგრამა, ტოკშოუ, ფილმები და ასე შემდეგ, ის, რასაც ხშირად „ელექტრონული პრესა“ ეწოდება.

„ელექტრონული პრესის“ გაგება ბოლო წლებში გაფართოვდა ინტერნეტის ჩართვის შემდეგ. მასში წარმოდგენილია მსოფლიოში თითქმის ყველა წამყვანი ახალი ამბების სააგენტო. ჟანრობრივ-თემატიკური ნაირფეროვნება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებაა. გამოიყოფა ტექსტების ტიპები, რომლებიც ახასიათებს როგორც ბეჭდურ, ასევე ელექტრონულ პრესას. მათ მიეკუთვნება: ახალი ამბები (მოვლენების ქრონიკა); კომენტარი; ანალიტიკური მიმოხილვა სხვადასხვა თემაზე (პოლიტიკა, ეკონომიკა, საზოგადოებრივი ცხოვრება, სოციალური პიროვნება, კულტურა, მეცნიერება და სხვა); ინტერვიუ; სპორტული რეპორტაჟები; სარეკლამო მასალები და ასე შემდეგ (გვენცაძე, 1986:65). საჟანრო-თემატიკური ტექსტების ყველა ეს ნაირსახეობა გვხვდება გაზეთებში, ჟურნალებში, რადიოსა და სატელევიზიო პროგრამებში, ასევე – ინტერნეტში. გასაგებია, რომ ყველა მასობრივ ინფორმაციულ საშუალებას აქვს თავისი ობიექტური თვისებები, მაგრამ ჟანრობრივი დახასიათებები შენარჩუნდება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებისგან დამოუკიდებლად. ესე იგი, ახალი ამბების მასალა ყოველთვის იქნება განსხვავებული. ამ ტიპების ტექსტების

გარდა არსებობს განსხვავებული ტექსტებიც. მაგალითად: სარედაქციო პრესა ეკუთვნის გაზეთს. სხვა სახეობის სტატიებია: კრიტიკული, მიმოხილვითი და ა. შ.

მედიატექსტი დღესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვს, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია. მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების ენის შემსწავლელ დამოუკიდებელ დისციპლინას მედიალისტიკა ეწოდება. მასმედიის ენა დინამიკური და მუდმივად განახლებადია, რადგან დამოკიდებულია ტექნოლოგიებისა და ყოფითი ცხოვრების ცვალბადობაზე, ასევე ენაში შემოსულ ნეოლოგიზმებსა და შეცვლილ გრამატიკულ ნორმებზე. მასობრივი კომუნიკაცია ტექსტის ტრადიციულ გააზრებას მატებს ახალ განზომილებას. ტექსტი მასობრივ კომუნიკაციაში იძენს მოცულობით მახასიათებლებს და მრავალფეროვნებას, ვერბალურ კომპონენტებს ემატება გამონათქვამები აუდიოსაშუალებების დახმარებით, მუსიკალური გაფორმება.

ტელევიზია კიდევ უფრო აფართოებს ტექსტის საზღვრებს, აერთიანებს სამეტყველო ნაწილს ვიდეოგამოსახულებასა და ხმასთან ერთად. ტექსტის ვერბალური და მედიაკომპონენტები მჭიდროდ არის დაკავშირებული და შეთანხმებული ერთმანეთთან სხვადასხვა პრინციპის საფუძველზე. ესენია: დამატება, ილუსტრაციის გაძლიერება, გამოყოფა, დაპირისპირება და ა. შ. ქმნის ერთიანობას, რაც წარმოადგენს მედიატექსტის არსს. ი. ნ. ზასურსკი განსაზღვრავს მედიატექსტს, როგორც „ახალ საკომუნიკაციო პროდუქტს“, რომლის განსხვავებულობა მოქცეულია სხვადასხვა მედიასტრუქტურაში ვერბალური, ვიზუალური, ხმოვანი, მულტიმედიური გეგმებით, ასევე გაზეთებში, ჟურნალებში, რადიოსა და ტელევიზიაში, ინტერნეტში, მობილურ კავშირში.

ა. ვ. ფიოდოროვი „მედიაგანათლების, მედიაპედაგოგიკის, მედიაცოდნის, მედიაკომპეტენტურობის ტერმინის ლექსიკონში“ მედიატექსტს განმარტავს, როგორც საინფორმაციო შეტყობინებას, რომელიც არის გადმოცემული ნებისმიერი სახის მედიაქანრში (საგაზეთო სტატია, ტელეგადაცემა, ვიდეოკლიპი, ფილმი და სხვა).

მედიატექსტის მთავარი ამოცანებია: 1. გავლენა მასობრივ ცნობიერებაზე; 2. მოწოდება მოქმედებისკენ; 3. ინფორმაციის მაუწყებლობა.

ამ ამოცანებიდან გამომდინარე შეიძლება განისაზღვროს მედიატექსტის მთავარი ფუნქციები: 1. საინფორმაციო ფუნქცია; 2. გავლენის ფუნქცია; 3. კომუნიკაციური ფუნქცია; 4. ექსპრესიული ფუნქცია; 5. ესთეტიკური ფუნქცია.

**საინფორმაციო ფუნქცია** საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი პრობლემების შესახებ ავტორთა შეხედულებების ფართო აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მოწოდებაა. მედიატექსტების ინფორმაციას აქვს რამდენიმე თავისებურება. უპირველესად, ის არა მარტო **აღწერს ფაქტებს**, არამედ **ასახავს მოსაზრებებს**, ხასიათს; **შეიცავს კომენტარებს**. ეს განასხვავებს მას, მაგალითად, სამეცნიერო ინფორმაციისგან. კიდევ ერთი თავისებურებაა ის, რომ ასეთი ტექსტების ავტორების ამოცანა არაა ყოველმხრივ ვრცელი აღწერა ამა თუ იმ მოვლენისა. ავტორი ცდილობს, აღწეროს მხოლოდ ის, რაც იწვევს ინტერესს საზოგადოების განსაზღვრულ ჯგუფში, გამოკვეთს ცხოვრების იმ მხარეებს, რომლებიც უმთავრესია მისი პოტენციური აუდიტორიისთვის. მედიატექსტის *მეორე – გავლენის ფუნქციას* მოიცავს შეტყობინება, რომელსაც თან ახლავს ინფორმაცია საზოგადოებრივი მდგომარეობის შესახებ. მასობრივი ინფორმაციის ტექსტის მიზანია, არა მარტო აღწეროს მდგომარეობა, არამედ ჩამოაყალიბოს აუდიტორიაში განსაზღვრული დამოკიდებულება წარმოდგენილი ფუნქციების მიმართ და დაარწმუნოს განსაზღვრული ქცევის აუცილებლობაში.

მედიატექსტებს ახასიათებს ღია ტენდენციურობა, ემოცია, პოლემიკა. გავლენის ფუნქცია ახდენს გავლენას მედიატექსტების ენობრივი საშუალებების შერჩევაზე. სხვადასხვა მედიატექსტში აღნიშნული ფუნქცია არის ერთ-ერთი წამყვანი. ასევე, მნიშვნელოვანია, რომ გავლენის, აგიტაციის ფუნქცია არ საინფორმაციო ფუნქციას. საზოგადოებისთვის სასარგებლო იდეების პროპაგანდა უნდა ეყრდნობოდეს აუდიტორიის სრულ და საიმედო ინფორმირებას.

**კომუნიკაციური ფუნქცია** ვლინდება ენის ყველა ფორმაში. მედიატექსტებში ის შედგება საზოგადოების კომუნიკაციის მხარდაჭერისგან. ცნობილია, რომ მედიატექსტი იქმნება მაქსიმალურად ფართო აუდიტორიისთვის. პუბლიცისტური ტექსტის ავტორი ცდილობს, ადრესატს დროით, თემატურად, სამეტყველო-

სტილისტიკური თავისებურებებით მიუახლოვდეს. კომუნიკაცია განაპირობებს უკუკავშირს, ადრესატის პასუხს. გაზეთისთვის უკუკავშირია მკითხველთა წერილები, გამოქვეყნებული პუბლიკაციების საპასუხო სტატიები. რადიო და ტელევიზია წერილებიდან გადავიდა მსმენელსა და მაყურებელთან სატელეფონო კავშირზე. თანამედროვე ინტერაქტიული ტელევიზია ეძებს მაყურებელთან კონტაქტის ახალ ფორმებს.

*მედიატექსტის ექსპრესიული ფუნქცია* საშუალებას აძლევს ავტორს, გამოხატოს თავისი გრძნობები. მედიატექსტი განსხვავდება ავტორის მკვეთრად გამოხატული და ემოციურად შეფერილი დამოკიდებულებით ჩამოთვლილი ფაქტებისადმი, მასში მკაფიოდ ჩანს ავტორის პიროვნება. მედიატექსტის კონცეფცია, როგორც მრავალსაფეხურიანი მოვლენა, შევსებულია პარამეტრების მყარი სისტემით, რომელიც საშუალებას იძლევა აღვწეროთ ესა თუ ის მედიატექსტი სხვადასხვა მახასიათებლით. ეს სისტემა მოიცავს შემდეგ პარამეტრებს:

1. ტექსტის წარმოქმნის ხერხი

(საავტორო-კოლექტიური);

2. შექმნის ფორმა (ზეპირი – წერიტი);

3. წარმოქმნის ფორმა (ზეპირი – წერიტი);

4. გავრცელების არხი (მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები – ბეჭდვითი ორგანო, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი);

5. ტექსტის ფუნქციურ-ჟანრული ტიპი;

6. თემატური დომინანტი ან ამა თუ იმ მყარი მედიასფეროს კუთვნილება (პოლიტიკა, ბიზნესი, სპორტი, კულტურა, ამინდი, საგარეო და შიდა რეგიონული სი-ახლეები).

ყურადღებას იმსახურებს მედიატექსტის ფუნქციურ-სტილისტიკური ტიპოლოგია. მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტის ფუნქციურ-ჟანრობრივი აღწერა საკმაოდ მრავალფეროვანია. გამოიყოფა მედიალინგვისტიკის თეორიის ფარგლებში შემუშავებული კლასიფიკაცია, რომელიც საშუალებას იძლევა, მოქნილად

შევუსაბამოთ მყარი სტრუქტურა მრავალფეროვან ტექსტურ მასალას. ეს კლასიფიკაცია გამოყოფს მედიატექსტის 4 ძირითად ტიპს:

ახალი ამბები;

საინფორმაციო ანალიტიკა და კომენტარი;

ტექსტი – ესე, ნებისმიერი თემატური მასალა, აღნიშნული ინგლისური ტერმინით “features”;

რეკლამა.

ამ კლასიფიკაციის უნიკალურობა განპირობებულია შემდეგი ფაქტორებით:

აკადემიკოს ვ. ვ. ვინოგრადოვისეული შეხედულება ენისა და მეტყველების სტილების შესახებ, რომელიც აგებულია ენის ფუნქციურ-სტილისტიკურ დიფერენცირებაზე, საშუალებას იძლევა, საიმედოდ გადმოიცეს რეალურად არსებული ურთიერთქმედება შეტყობინებისა და გავლენის ფუნქციის სხვადასხვა ტიპის მედიატექსტში.

ასე მაგალითად:

*ახალი ამბები* არის ტექსტი, რომელიც სრულყოფილად ახორციელებს ენის ერთ-ერთ უმთავრეს ფუნქციას – აწვდის შეტყობინებას: მას აქვს საინფორმაციო ფუნქცია.

*მედიაანალიტიკა ან კომენტარი* მოიცავს შეტყობინების ფუნქციის განხორციელებას გავლენის კომპონენტის გაძლიერებით შეფასებისა და აზრის გამოხატვის მეშვეობით. პუბლიცისტიკა ან “features” ჯგუფის ტექსტები, რომელთაც მიეკუთვნება ფართო დიაპაზონის თემატური მასალა, წარმოდგენილია ძირითადი საინფორმაციო საშუალებებით, უფორ მეტ გავლენას ახდენს მკითხველზე თავისი მხატვრულობითა და ესთეტიკურობით.

*რეკლამა* ხორციელდება მდიდარი ლინგვისტური არსენალითა და განსაკუთრებული მედიატექნოლოგიების საშუალებით. კიდევ ეს კვალიფიკაცია გვამლევს საშუალებას, დავახასიათოთ ნებისმიერი მედიატექსტი როგორც ძირითადი თვისებების თვალსაზრისით, ასევე ინფორმაციული და მედიის ფუნქციების განხორციელების თავისებურებების მიხედვით.



ო. ნ. გრიგორიევა თავის ნაშრომში „პუბლიცისტური სტილი ენის ფუნქციური სხვადასხვაობის სისტემაში“ გვამღვეს მედიატექსტის შემდეგ ტიპოლოგიას, ფუნქციურ-სტილისტიკურ აღწერას პარამეტრების საფუძველზე:

**საგაზეთო ჟანრი** – ესე, რეპორტაჟი, ფელეტონი;

**სატელევიზიო ჟანრი** – ანალიტიკური გადაცემა, საინფორმაციო შეტყობინება, ინტერვიუ, დიალოგი პირდაპირ ეთერში;

**ისტორიული ჟანრი** – მიტინგზე გამოსვლა, პოლიტიკოსთა გამოსვლები, ლოზუნგები, დებატები;

**კომუნიკაციური ჟანრი** – პრესკონფერენცია, სამიტი, არაოფიციალური შეხვედრები: შეხვედრები „ჰალსტუხის გარეშე“;

**სარეკლამო ჟანრი** – სარეკლამო ესე, სარეკლამო განცხადება.

ამრიგად, ზემოთ განხილული თეორიული და პრაქტიკული მასალიდან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ ტექსტი ინარჩუნებს და ინახავს ყველაფერს, რაც ოდესმე დაფიქსირებულა ლინგვისტური არხების საშუალებით.

ტექსტს ეკისრება ფუნქცია, ადადგინოს და გააცოცხლოს მოვლენა, მაშინაც კი, როდესაც ამ მოვლენის შესახებ მეხსიერება ბუნდოვანია და თვით ფაქტი აღარ არსებობს. როგორც ზემოთ განხილული თეორიული მასალის საფუძველზე ჩანს, არსებობს ტექსტის მრავალსახეობა, რომელიც გამოიყენება ყოველდღიურობაში რაიმე ფაქტის ან ფაქტების გადმოსაცემად, ეს წერილობითი ან ზეპირია, რომელთაგან უპირატესობა ენიჭება წერილობით ტექსტებს.

რადგანაც წერილობით ტექსტს აქვს დროში რეზერვაციის უფრო მეტი შესაძლებლობა, ზეპირი მეტყველება კი არის სპონტანური თავისი ბუნებითა და დანიშნულებით, ამიტომაცაა, რომ სამეცნიერო ლიტერატურაში მეტი ყურადღება სწორედ ამ ტიპის კვლევას ეთმობა.

მოკლედ, ტექსტის სახეობათა შორის წამყვანი ადგილი უჭირავს მხატვრულ ტექსტებსა და სამეცნიერო თხზულებებს; ამასთან მნიშვნელოვანია სასაუბრო-

საკომუნიკაციო ტექსტები, კომუნიკაცია წარმატების მისაღწევი აუცილებელი პირობაა. აქ მნიშვნელოვანია სიტუაციური კონტექსტი ენობრივთან ერთად.

ზემოთ განხილული საკითხებიდან გამომდინარეობს დასკვნა, რომ ტექსტები იყოფა ჟანრობრივად; ნიშანდობლივია, რომ ცალკეულ ჟანრში ფაქტის განხილვისა თუ გადმოცემის გზები განსხვავებული და საინტერესოა.

ჟანრობრივ ტექსტებში კი განსაკუთრებულად გამოყოფენ მედიატექსტებს, რომელთა მთავარი ამოცანებია:

1. გავლენა მასობრივ ცნობიერებაზე; 2. მოწოდება მოქმედებისკენ; 3. ინფორმაციის მაუწყებლობა.

ამ ამოცანებიდან გამომდინარე კი განისაზღვრება მედიატექსტის მთავარი ფუნქციები:

1. საინფორმაციო ფუნქცია;
2. გავლენის ფუნქცია;
3. კომუნიკაციური ფუნქცია;
4. ექსპრესიული ფუნქცია;
5. ესთეტიკური ფუნქცია.

## თავი II

### ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური პრობლემები

ჩვენი კვლევის საგანს კონკრეტულად წარმოადგენს მედიატექსტი და მასთან დაკავშირებული ტრანსლატოლოგიური პრობლემები. წინამდებარე თავის კვლევის საგანსაც სწორედ ტრანსლატოლოგიის ლექსიკური და სემანტიკური საკითხები წარმოადგენს მედიატექსტებში. ტექსტი ზოგადად იყოფა ორად: ლექსიკურ და სემანტიკურ კატეგორიებად (Гальперин,1981).

ლექსიკა სიტყვათა ერთობლიობაა. სიტყვები ამა თუ იმ ენის საკუთრებაა და წინადადებებში მათი მეშვეობით გადმოიცემა აზრი. ენაში არსებული სიტყვებისა და გამოთქმების შინაარსს შეისწავლის მეცნიერების ერთ-ერთი დარგი, სემანტიკა.

სწორედ ამ კატეგორიებზე დაყრდნობით თარგმნიან ერთი ენიდან მეორე ენაზე ტექსტებს. თარგმნის პროცესში კი მთარგმნელი ბევრ წინააღმდეგობას აწყდება ლექსიკური და სემანტიკური თვალსაზრისით, რაც ერთგვარ პრობლემად ითვლება როგორც თავად მთარგმნელის, ასევე ტექსტისთვის (Гальперин,1981:35).

განსახილველი საკითხი მნიშვნელოვან ბაზას წარმოადგენს ტექსტის თარგმნისა და ზოგადად ტრანსლატოლოგიის მიმართულელებითაც.

#### 2.1. თარგმანის რაობა და მისი განვითარების ეტაპები

ცნობილია, რომ თარგმნილმა ტექსტებმა გარკვეული ეტაპები გაიარა და ამ ეტაპებზე განვითარების სხვადასხვა ზღვარს მიაღწია. წინამდებარე თავში სწორედ აღნიშნული ეტაპების მიმოხილვა იქნება წარმოდგენილი. აქვე საუბარი გვექნება თარგმანის და თარგმნის შესახებ.

**თარგმანი** თარჯიმნის საქმიანობის ნაწარმია, ზეპირი ან წერილობითი ტექსტია; **თარგმნა** კი ნიშნავს ამ პროდუქტის შექმნის პროცესს – თარჯიმნის საქმიანობას, ტექსტის შექმნას. თარგმნას თარჯიმანი შემოქმედებითად უდგება; თარგმანი დამოკიდებულია ენის ვარიაციულ რესურსებზე, თარგმანის სახეობაზე, თარგმნის ამოცანებზე, ტექსტის ტიპსა და ინდივიდუალურობის გავლენაზე.

ლ. კ. ლატიშევი თარგმანს განმარტავს, როგორც საქმიანობას ტექსტის აზრის ინტერპრეტაციის მიხედვით ერთ-ერთ ენაზე (საწყის ენაზე) და ახალი ეკვივალენტური ტექსტის შექმნას სხვა ენაზე (თარგმანის ენაზე) (Латышев, 2001:64).

რ. კ. მინიარ-ბელორუჩევას „თარგმანის ტერმინების განმარტებით ლექსიკონში“ მოყვანილია შემდეგი განმარტება: თარგმანი სამეტყველო საქმიანობის სახეობაა, რომელიც კომუნიკაციის კომპონენტებს აორმაგებს და რომლის მიზანია, გადმოსცეს შეტყობინება იმ შემთხვევაში, როდესაც კოდები, რომლებითაც სარგებლობენ წყარო და მიმღები, არ ემთხვევა ერთმანეთს (კოდი –ეს არის ნიშნებისა და წესების სისტემა მათი გამოყენების, შეტყობინების გადაცემისა ან მიღების წყარო ის პირია, ვისგანაც მოდის შეტყობინება) (Миньяр-Белоручев, 1999:165).

თარგმანი – ეს არის ადამიანის საქმიანობის რთული და მრავალწახნაგოვანი სახეობა. ასეთ დროს ერთი ენა მეორეთი მხოლოდ არ შეიცვლება. თარგმანში ერთმანეთს ხვდება სხვადასხვა კულტურა, სხვადასხვა აზროვნება, ტრადიცია, პიროვნებები და წესები.

ვ. ნ. კომისაროვის მიხედვით, „თარგმანის არსი უცხოური ტექსტის შინაარსის გადმოცემაა სხვა ენის საშუალებებით.“ ფართოდ გავრცელებული აზრის თანახმად, თარგმნის დროს ენობრივ ფაქტორებს ენიჭება მეორეხარისხოვანი მნიშვნელობა (Комиссаров, 2002: 187).

სიტყვა **თარგმანის** დ.ე. როზენტალის „ლინგვისტური ტერმინების ლექსიკონ-ცნობარში“ შემდეგნაირადაა განმარტებული: „თარგმანი – ეს არის ზეპირი გამონათქვამის ან წერილობითი ტექსტის შინაარსის გადმოცემა სხვა ენის საშუალებებით“(Розенталь & Теленкова, 1976: 275).

სხვადასხვა ლინგვისტი ტერმინ „თარგმანს“ სხვადასხვანაირად განმარტავს. ა. ვ. ფიოდოროვი მას მიიჩნევს ადამიანის საქმიანობისა და მისი შედეგის სპეციალურ სახედ. ესაა 1. პროცესი, რომელიც ხვდება ფსიქიკური აქტის ფორმაში და შედგება იმისგან, რომ სამეტყველო ნაწარმოები, რომელიც დაწერილია საწყის ენაზე, გარდაიქმნება სხვა თარგმანის ენაზე. ამის შედეგია სამეტყველო ნაწარმოები მიმღებ ენაზე (Федоров, 2002: 13).

ვ. ნ. კომისაროვი კი გვთავაზობს **თარგმანის** შემდეგ განმარტებას: ეს არის ენობრივი შუამავლობის სახეობა, რომლის საშუალებითაც ტექსტი სხვა ენაზე იქმნება, რომელიც განკუთვნილია იმისთვის, რომ სრულფასოვნად შეცვალოს ორიგინალი კომუნიკაციურ თანაბარმნიშვნელოვნად (Комиссаров, 2001: 49).

ნ. კ. გარბოვსკი **თარგმანს** ასე განმარტავს: „თარგმანი ეს არის საზოგადოებრივი ფუნქცია ადამიანებს შორის, კომუნიკაციური შუამდგომლობა იმ ადამიანებს შორის, რომლებიც სარგებლობენ სხვადასხვა ენობრივი სისტემით. ეს ფუნქცია იქმნება ბილინგვის ფსიქოფიზიკური საქმიანობის დროს რეალური სინამდვილის გამოსახვისთვის ინტერპრეტატორის ინდივიდუალური თვისებების საფუძველზე, რომელსაც ერთი სემიოტიკური სისტემა მეორეზე გადაჰყავს ეკვივალენტობის მიზნით“ (Гарбовский, 2004: 214).

თარჯიმანს ამა თუ იმ სათარგმნი მასალის სახით წარმოდგენილი აქვს მოთხოვნები. მათი ყველა თავისებურების, განსხვავებების, ცნობების მოცულობებისა და ხასიათების მიუხედავად, ყველა ამ სახეობისთვის საერთო არის ორი მდგომარეობა: 1.თარგმანის მიზანია, რაც შეიძლება ახლოს გააცნოს სიტყვის არსი მკითხველს (ან მსმენელს), რომელმაც არ იცის საწყისი ენა; 2. გადათარგმნა ნიშნავს, სწორად და სრულად გადმოსცეს ერთი ენის საშუალებებით ის, რაც უკვე გადმოცემულია სხვა ენის საშუალებებით.

ვ. ნ. კომისაროვი აკავშირებს თარგმანის ყველაზე მთავარ ასპექტებს: 1. თარგმანი აუცილებელია იმიტომ, რომ ადამიანები ლაპარაკობენ არა ერთ, არამედ მრავალ ენაზე. თარგმანი წარმოადგენს საკმაოდ რთულ საშუალებას ენობრივი ბარიერების გადასალახავად; 2. ძირითადი სირთულეები, რომლებსაც აწყდება თარჯიმანი, ასევე დაკავშირებულია ენების თავისებურებებსა და სიტუაციის აღსაწერ საშუალებებთან; 3. ენობრივი ფაქტორები არა მარტო ქმნიან თარგმანის სირთულეს, არამედ ქმნიან მისი გადალახვის პირობებს. ყველა ენა უნიკალურია. „თარგმანი – ესაა საქმიანობა, რომლითაც ადამიანი უძველესი დროიდანაა დაკავებული, მიზეზი კი ენათშორისი განსხვავებებია; თარგმანის მიზანი ხალხთა შორის ურთიერთობის დამყარება და სულიერ ფასეულობათა გაცვლაა; ესაა შემოქმედებითი საქმიანობა“, – წერს ვ. ს. ვინოგრადოვი (Виноградов, 1978:350).

პ. ნიუმარკი კი აღნიშნავს, რომ „თარგმანი არის ტექსტის იმ მნიშვნელობის სხვა ენაზე გადმოცემა, რომელიც ავტორს ჰქონდა ჩაფიქრებული. ერთი შეხედვით, ეს ადვილი რამ უნდა იყოს, რადგან ერთ ენაზე ნათქვამის გამეორება მეორე ენაზეც უნდა იყოს შესაძლებელი. მეორე მხრივ კი, თარგმნილი ვარიანტი ენობრივად უფრო გაუმართავი, ხელოვნური და ყალბია, რადგან როცა მეორე ენას ვიყენებთ, იმ პიროვნებას განვასახიერებთ, რომელიც სინამდვილეში არა ვართ“ (Newmark, 1991:4).

ცნება *თარგმანი კულტურულ ცვლადს* წარმოადგენს. მთარგმნელობით საქმიანობას სხვადასხვა ცნებითი აღმნიშვნელი აქვს სხვადასხვა კულტურაში, ვინაიდან ყველა ერს თავისებურად ესმის მისი მნიშვნელობა.

მკვლევარი დ. ფანჯიკიძე მიიჩნევს, რომ თარგმანი კულტურათა ურთიერთგაზიარებაა, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია კაცობრიობის შემდგომი განვითარებისთვის. XIX საუკუნეში მიიჩნეოდა, რომ თარგმანის დანიშნულება იყო, განემარტა შინაარსი იმ მკითხველისთვის, ვინც ენას არ ფლობდა. ამდენად, თარგმანი პრაგმატიკული საქმიანობაა (ფანჯიკიძე, 2002:43).

თარგმანი, როგორც ინტელექტუალური საქმიანობა, უძველესი დროიდან წარმოადგენს საყურადღებო ფენომენს.

თარგმანის პირველნიმუშებს, კერძოდ, ორენოვან წარწერებს მკვლევრებმა ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 3000 წელს ეგვიპტის ანტიკურ სამეფოებში, პირველ ჩანჩქერზე (the first cataract, Elephant- tine), ელეფანტინის ტერიტორიაზე, მიაკვლიეს.

თარგმანის შესწავლა კი გვიან დაიწყო. მის შემსწავლელ მეცნიერებას **თარგმანთმცოდნეობა** უწოდეს.

თარგმანთმცოდნეობა, როგორც დამოუკიდებელი დისციპლინა, მე-20 საუკუნის მე-2 ნახევარში ჩამოყალიბდა, თუმცა რეფლექსიები თარგმნის შესახებ უძველესი დროიდან იღებს სათავეს. ეს არის სამეცნიერო დარგი, რომლის კვლევის საგანი ადამიანთა შორის კომუნიკაციის უადრეს პერიოდს უკავშირდება. თარგმანის კვლევები კი თანამედროვეა. იგი ლიტერატურისმცოდნეობის ქვედარგიდან დამოუკიდებელ დისციპლინად ჩამოყალიბდა 1970-1980-იან წლებში, უფრო ზუსტად კი იგი ჩამოყალიბდა ინტერდისციპლინად, რომლის დაფუძნების შემდეგ თარგმანის

კვლევებმა განვითარების არაერთგვაროვანი გზა განვლო. ის ჯერ კიდევ ფორმირების პროცესშია და მომიჯნავე სამეცნიერო დარგებთან დინამიკაში ვითარდება.

თარგმანის სიღრმისეული ენათმეცნიერული შესწავლა სხვა ფაქტორებთან ერთად განაპირობა მეორე მსოფლიო ომმა და მის შემდგომ წარმოებულმა ე.წ. „ცივმა ომმა“, რა დროსაც გამოაშკარავდა ავტომატური თარგმანის თავდაპირველი ამბიციური პროექტის წარუმატებლობა (საყვარელიძე, 2001:10).

თარგმანის ლინგვისტური ასპექტების თეორეტიზება მოგვიანებით, 1940-60-იანი წლებიდან, დაიწყო, მას შემდეგ, რაც აქტიურად შემოვიდა ადამიანის ცხოვრებაში საინფორმაციო საშუალებები, კერძოდ, რადიო-ტელევიზია, სადაც გაჩნდა შესაბამისი ტერმინოლოგია და ტექსტი, ე.წ. მედიატექსტი, რომელიც დღესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვს, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია.

## 2.2. მედიატექსტის ტრანსლატოლოგიური პრობლემები

თანამედროვე ადამიანი ტექსტების სამყაროში ცხოვრობს და მოღვაწეობს, ამიტომ ტექსტური ინფორმაციის აღქმაზე დიდწილად არის დამოკიდებული მისი პროფესიული წარმატებები და საზოგადოებრივი პოზიცია. ტექსტების მოცულობის შეზღუდვის გამო, ენობრივი ეკონომიის კანონიდან გამომდინარე, ინფორმაციის ნაწილი გადმოიცემა იმპლიციტური ხერხებით, რომლების გაშიფვრაც აუცილებელია. ადამიანი გარკვეული ეროვნულ-კულტურული ერთობლიობის წევრია და სოციალიზაციის პროცესის შედეგად ის ისრუტავს სხვადასხვა კონცეპტს, კულტურულ პრეცედენტს, ერისთვის დამახასიათებელ წეს-ჩვეულებებს და სხვა, ამიტომ ყველა ერის ფონური მარაგი მნიშვნელოვნად განსხვავებულია: საკაცობრიო და რეგიონული მნიშვნელობის ერთეულების გარდა, ფონურ მარაგში შედის ეროვნულ-კულტურული მნიშვნელობების ერთეულები, რომლების თარგმნა დიდ პრობლემას წარმოადგენს და განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს ექსპლიციტისა და იმპლიციტის მიმართ. ზოგადი კულტურისა და განათლების მნიშვნელობა ხშირად დაკნინებულია თარგმანში, თუმცა როგორც პროფესიონალების, ასევე არაპროფესიონალების მიერ შესრულებული თარგმანები ცხადყოფს, რომ კარგი ენობრივი ცოდნა, თუ მას არ ახლავს სათანადო ექსტრალინგვისტური ცოდნა, შესაძლოა, არასწორი თარგმანის მიზეზი გახდეს.

აქსიომაა, რომ ენის ცოდნა თარგმნის აუცილებელი პირობაა, თუმცა მთარგმნელის ფუნქცია ენობრივი ანალიზი არაა. როგორც მ. ლედერერი აღნიშნავდა, მთარგმნელი უნდა შეეცადოს, მეორე ენაში აზრი ხელახლა გამოხატოს. იმისთვის, რომ უზრუნველყოს შინაარსის გადმოცემა, მთარგმნელმა უნდა განსაზღვროს მისი კვლევის ობიექტი, ტექსტის მნიშვნელობა და ავტორის მიერ გამოხატული აზრი (სელესკოვიჩი, ლედერერი, 2008:30).

ნ. კ. გარბოვსკის მიხედვით, თარგმანი – ეს არის ორენოვანი კომუნიკაცია, რომლის საფუძველშია ბილინგვიზმი: თარჯიმნის შესაძლებლობა, გამოიყენოს კომუნიკაციაში ორი ენა. თარჯიმანი, როგორც ნებისმიერი ბილინგვისტი, რომელიც ხვდება კომუნიკაციის სიტუაციაში, განიცდის სხვა ენის სისტემის ზეგავლენას. მის მეტყველებაში მეტ-ნაკლებად ჩანს ინტერფერენციის ფაქტები – ერთი ენის სისტემის



გავლენა მეორე ენაზე, რაც ხშირია უცხო ენის შესწავლის დროს. შედარებით მკვეთრად ვლინდება ინტერფერენცია ეგრეთ წოდებული ასიმეტრიული ბილინგვიზმის დროს, როდესაც ენათაგან ერთ-ერთი, როგორც წესი, მშობლიურია და დომინირებს მეორეზე, შესწავლილზე (Гарновский, 2002).

თარგმანი არის ბილინგვიზმის განსაკუთრებული შემთხვევა არა მარტო იმიტომ, რომ თარჯიმანი შეგნებულად გაურბის იმას, რაც არ ექვემდებარება შეგნებას და ვლინდება ბილინგვიზმის სხვა სიტუაციებში. თარგმანი განსაკუთრებულია ორენოვანი კომუნიკაციის დროს, რადგან იგი თავისი არსით, მეორადია. თარგმანი სამეტყველო აქტია, რომლის მიზანია არა შექმნა, არამედ გადმოცემა სხვა ენაზე დაწერილი ნაწარმოებისა. ეს თარგმანის მნიშვნელოვანი თვისებაა, რომელიც ქმნის განსაკუთრებულ სიტუაციას – თარჯიმანი ექცევა არა მარტო ორი ენის სისტემის გავლენის, არამედ ერთ-ერთი ენის მიერ გადმოცემული ინფორმაციის გავლენის ქვეშ. ეს „მესამე ხელისუფლება“ წარმოქმნის მთარგმნელობით ინტერფერენციას.

თარჯიმანი – ეს არის კიდევ ერთი ინდივიდი, რომელიც ინდივიდუალურად გადმოსცემს იმას, რაც გაიგონა თუ წაიკითხა, შემდგომ გაიაზრა, შეიგრძნო და ამის შემდეგ გადმოსცა ორიგინალური ტექსტის ავტორის ნააზრევი. ამ პროცესში რეალობის სუბიექტურად გადმოცემისას ავტორიცა და თარჯიმანიც გადმოსცემენ ინფორმაციას მთლიანი ენობრივი სოციუმის კულტურის და არა კონკრეტული ორიგინალური ტექსტების შესახებ, ოპერირებენ ენობრივი სისტემებით.

ტექსტის ტიპების ტრანსლატოლოგიური კლასიფიკაციისთვის განმსაზღვრელი მნიშვნელობა აქვს ტექსტის მახასიათებლებს, რაც ითარგმნება განსაზღვრული სახით. ადრე მკვლევრები გამოყოფდნენ ტექსტის კომუნიკაციურ ფუნქციას და მიუთითებდნენ თარგმნისას მისი შენარჩუნების აუცილებლობაზე (ვ. ნ. კომისაროვი, ლ.კ. ლატიშევი, პ. ნიუმარკი და სხვა).

პიტერ ნიუმარკიმ, დაეყრდნო რა თავის პრაქტიკულ ცდებს, საფუძველი ჩაუყარა კ. ბიულერის ენის ფუნქციას და შემოგვთავაზა ტექსტების სამ ტიპად დაყოფა კომუნიკაციური ფუნქციების მიხედვით:

1. ექსპრესიული ფუნქციის ტექსტები;
2. ინფორმაციული ტექსტები;

### 3. აპელატიური ფუნქციის ტექსტები

რადგან თარგმანი არის ორენოვანი კომუნიკაციის პროცესი, მისი მთავარი ამოცანა ნამდვილად არის, შეინარჩუნოს თარგმანის ენაში საწყისი ენის კომუნიკაციური ფუნქცია, რაც განსაზღვრავს კომპონენტების სპეციფიკას და დომინანტების ფუნქციურ შემადგენლობას. ფუნქციური დომინანტების ადეკვატური გადმოცემა შეადგენს უცხოური ვარიანტის შინაარსის შენარჩუნების, ე.ი. თარგმანის ეკვივალენტობის საფუძველს (Newmark, 1988:184).

აქვე აღვნიშნავთ, რომ როგორც თარგმანის პრაქტიკას, ასევე მის თეორიას, თავისი ისტორია აქვს, ამიტომ ამ მიმდინარეობის ფარგლებში ყოველთვის იკვლევენ თარგმანთან დაკავშირებულ შეხედულებებსა და თარგმნის შედეგებს. თარგმანის ისტორიის მიერ შემსწავლელ საკითხთა შორის შეიძლება, გამოიყოს რამდენიმე:

1. თარგმანის ისტორია, როგორც საქმიანობის სახეობა, დასაბამიდან დღემდე; თარგმანის როლი სხვადასხვა ისტორიული ეპოქისთვის;
2. თარგმანის ნაციონალური ისტორია;
3. სხვადასხვა კულტურის მთარგმნელობითი კავშირების ისტორია;
4. ცალკეული ნაწარმოების თარგმანის მეშვეობით კულტურული ათვისების ისტორია ზოგიერთი ავტორის შემოქმედების, ჟანრების, ლიტერატურული მიმართულებების საფუძველზე;
5. მთარგმნელობით კონტექსტში ცალკეული მთარგმნელობითი მიღწევის ანალიზი და შეფასება;
6. ცალკეული თარგმნის შემოქმედება.

ტექსტების პირველი გაშლილი ტრანსლატოლოგიური კლასიფიკაცია 1970 წელს კატარინა რაისმა წარმოადგინა. ემპირიული, ლინგვისტური და კომუნიკაციური მიდგომის განხილვის შემდეგ უნდა დავეყრდნოთ ტექსტის კომუნიკაციურ ფუნქციას და შესაბამისად, გავითვალისწინოთ ტექსტით გადმოცემული ინფორმაციის ტიპი, წყარო და რეციპიენტი. შესაბამისად, მან გამოყო ტექსტის ოთხი ტიპი:

1. **ინფორმაციული ტექსტი**, რომელიც იქმნება ერთი ან რამდენიმე ავტორის მიერ ერთი ან რამდენიმე მკითხველისთვის. კომუნიკაციური და ენობრივი

ფუნქცია განისაზღვრება იმით, თუ რის შესახებ არის საუბარი (საინფორმაციო შეტყობინება, სამეცნიერო სტატია, სამეცნიერო-პოპულარული ტექსტი, ინსტრუქცია და სხვა);

**2. ექსპრესიული ტექსტი**, რომელიც ორიენტირებულია განსაზღვრულ მკითხველზე, ასევე გადმოსცემს ინფორმაციას კონკრეტულ თემაზე, მაგრამ ენობრივი გაფორმება ტექსტების კომუნიკაციური ფუნქციის შესაბამისად ინდივიდუალური ხასიათისაა და მას აქვს საავტორო სტილი (რომანი, ნოველა, ლირიკა, ბიოგრაფიული ტექსტი);

**3. ოპერატიული ტექსტი**, რომელიც იქმნება ერთი ან რამდენიმე ავტორის მიერ და ემდგნება ერთ კონკრეტულ თემას. აქ გამოიყენება ენობრივი საშუალებები, რომლებიც ეფექტურ გავლენას მოახდენენ მიზნობრივ აუდიტორიაზე (რეკლამა, პროპაგანდა, სატირა და ა.შ.);

**4. აუდიომედიატექსტი**, რომელიც თავისი კომუნიკაციური ფუნქციიდან გამომდინარე მიეკუთვნება ერთ-ერთ ზემოთ აღნიშნულ ჯგუფს, მაგრამ ტექსტი გაფორმებულია ტექნიკური საშუალებების გათვალისწინებით, ვლინდება არავერბალური ტექსტური კომპონენტების შეთანხმებით (სახვითი ხელოვნება, მუსიკა, ჟესტი და ა.შ.).

ასეთი კლასიფიკაციის საფუძველზე შეიქმნა უფრო გაშლილი და ცოტა შეცვლილი ვარიანტი, რომელიც მთარგმნელთა ჯგუფმა აღწერა 1999 წელს გამოცემულ თარგმანის ენციკლოპედიაში – „Handbuch Translation“ (ი. ს. ალექსეევა):

**1. საქმიანი დოკუმენტი:** საქმიანი კორესპონდენცია, მომხმარებელთა ინსტრუქციები და სახელმძღვანელოები, კომპიუტერული ადაპტირებული ტექსტები, სამეცნიერო ჟურნალის სტატიები, საკონფერენციო მოხსენებები, სასამართლო განაჩენები, ხელშეკრულების ტექსტი, ფიზიკური პირების დოკუმენტები, ფილოლოგიური ტექსტები, საინფორმაციო სააგენტოების ტექსტები.

**2. აპელატიური ტექსტები:** რეკლამა, ნარატიული ვიდეოტექსტი;

**3. ექსპრესიული:** ა) ნარატიული ტექსტები: პროზა, მასობრივი ლიტერატურა, საბავშვო ლიტერატურა; ბ) სასცენო ტექსტები: დრამატული თეატრი, მუსიკალური

თეატრი; გ) კინო და ტელეტექსტები: კინოტიტრები კადრში, „მორბენალი სტრიქონი,“ სინქრონი;

დ) სხვა ტექსტები: კომიქსები, ლირიკა, აუდიომედია ტექსტი, ბიბლიის თარგმანი.

ასევე აუცილებელია ვახსენოთ კლასიფიკაცია, რომელიც 1980-იან წლებში შემოგვთავაზა ნოიბერტმა. ითვალისწინებს რა იგი ექსტრალინგვისტურ ფაქტორებს, ტექსტებს ყოფს 4 ტიპად:

1. ტექსტები, რომლებიც ემსახურება ერთ საერთო მიზანს როგორც საწყის, ასევე თარგმანის ენის მატარებელ აუდიტორიას (სამეცნიერო, ტექნიკური, სარეკლამო), ყველა გამოირჩევა თარგმანის მაღალი ხარისხით;

2. ტექსტები, რომლებიც განკუთვნილია მხოლოდ საწყისი ენის მატარებლებისთვის (კანონი, ადგილობრივი პრესა, განცხადება), არ ითარგმნება.

3. მხატვრული ლიტერატურა – ის გადმოსცემს საერთო ადამიანურ მოთხოვნებს: საწყისი ენისა და თარგმანის ენის მატარებლებს, ამიტომ მხატვრული ტექსტი ნაწილობრივ ექვემდებარება თარგმანს;

4. ტექსტები, წინასწარ განსაზღვრული თარგმანისა და თარგმანის ენის მატარებელი აუდიტორიისთვის – მათ აქვთ თარგმანის მაღალი ხარისხი.

ი. ს. ალექსეევა გვთავაზობს ტექსტის ტიპების ტრანსლატოლოგიურ კლასიფიკაციას ინფორმაციის სახეობაზე დაყრდნობით. აუცილებლობა განისაზღვრება იმით, რომ კომუნიკაციური დავალების შესრულებისას ტექსტს მკითხველისთვის მოაქვს განსაზღვრული სახის ინფორმაცია, ხოლო ყოველი სახეობა გაფორმებულია განსაზღვრული, უკვე ჩამოყალიბებული საშუალებებით.

(Алексеева, 2008:56)

ბოლო წლებში საკმაოდ პოპულარული მთარმნელობითი ასპექტის ფარგლებში იკვლევენ თარგმანის მენტალურ პროცესებს. უპირველესად მეცნიერებს აინტერესებთ სტრატეგიები, რომელთაც ირჩევენ თარგმნელები ტექსტის ანალიზის, გაგების, შეგრძნების ეტაპებზე და შემდგომი გადმოსცემის, ტექსტის ფორმულირებისას. კვლევები შეიცავს კრებითი დაკვირვების მეთოდებს

პროფესიონალ თარჯიმანთა მუშაობის პროცესზე და ასევე, ექსპერიმენტების დროს, რაშიც მონაწილეობენ როგორც პროფესიონალები, ასევე – დილეტანტები.

თარგმანის ორი ძირითადი სახეობის სპეციფიკიდან გამომდინარე წარმოიშვა მიმდინარეობა, რომელიც იკვლევს თითოეული მათგანის თავისებურებას პროცესისა და შედეგის სტადიაზე, ასევე ამ ძირითადი სახეობების საზღვრების ინტეგრაციას. თარგმანის განსაზღვრული სახეობების თეორია მჭიდროდ არის დაკავშირებული მის დიდაქტიკასთან.

ბოლო დროს აქტიურად მუშავდება თეორია ე.წ „სამანქანო“, კომპიუტერული თარგმანის შესახებ, რომელიც გულისხმობს თარგმანის მოვლენების ფორმალიზაციის განსაკუთრებულ დონეს და კომპიუტერული მთარგმნელობითი პროგრამების შექმნას.

წერილობითი განსაკუთრებით მხატვრული თარგმანები, ხშირად საზოგადოდ ფასდება. ჩვენთვის ცნობილია საზოგადო და კულტურის დარგის მოღვაწეების გამოხმაურებები ცნობილი მთარგმნელობითი ნაშრომების მიმართ ბიბლიის პირველი თარგმანებიდან დაწყებული. პუბლიცისტიკაში ანალიზდება თარგმანის ღირსებები და უარყოფითი მხარეები. უნდა ითქვას, რომ უმრავლესობა ამ შეფასებებისა სუბიექტურია, რადგან არ ეყრდნობა არანაირ ობიექტურ საფუძველს, ან არ არის სრული, რადგან ანალიზის დროს თვალთახედვის არეალში არ ხვდება ყველა მნიშვნელოვანი მოვლენა, მაგრამ თუ ეკვივალენტობის მისაღწევად შეიძლება, ავირჩიოთ ობიექტური კატეგორიები (ეს გვიჩვენა დომინანტი თარგმანის ანალიზმა), მაშინ შედეგის შეფასება, მისი კრიტიკა შეიძლება, ჩაითვალოს ობიექტურად. ამისთვის აუცილებელია თარგმანისა და დედნის შედარებითი ანალიზი. შეუსაბამობების გამოვლენა შესაძლებლობას მოგვცემს, ობიექტურად შევაფასოთ ტექსტი.

უცხო ენებზე შედგენილი ნებისმიერი ტექსტი ურთიერთობების გაცვლის მიზნით, ბუნებრივია, საჭიროებს თარგმნას იმ ენაზე, რომელსაც ფლობს ის ობიექტი, ვისთანაც ამყარებს კომუნიკაციას. სწორედ ამის გამო შექმნილია მეცნიერებები: **თარგმანთმცოდნეობა, ტრანსლატოლოგია** და სხვა.

თარგმანის წარმოების თეორია – ტრანსლატოლოგია შეისწავლის თარგმანის კანონზომიერებებს ტექსტის ტიპისა და საკომუნიკაციო სიტუაციიდან გამომდინარე, როდესაც ტექსტი ექვემდებარება განსაზღვრულ ლინგვისტიკურ ნორმებს და დამოკიდებულია ტექსტის წყაროს სპეციფიკაზე. ამასთან დაკავშირებით ტექსტის ტრანსლატოლოგია მიზნად ისახავს შემდეგ ამოცანებს:

1. თეორიული საფუძვლების და ეკვივალენტობის მეთოდოლოგიის შემუშავებას, რაც დაკავშირებულია ენის ერთეულების ტექსტურ რეალიზებასა და ტექსტის ტიპებთან;

2. ტექსტის მთარგმნელობითი ანალიზის მეთოდის შემუშავებას და ტექსტურ ტიპოლოგიას, რაც ორიენტირებულია თარგმანზე, ასევე ტექსტსა და მის ტიპებთან დაკავშირებულ მთარგმნელობით პრობლემებზე;

3. საწყისი და თარგმანის ტექსტების სისტემატიზაციის ანალიზსა და შედარებას, სტილისტიკური და ტექსტური მახასიათებლების გამომუშავებას, საწყისი ტექსტისა და თარგმანის ტექსტის შესაბამისობის გამოვლენას;

4. აღწერისა და კონტრასტული კვლევების, ენის ნორმების და ტექსტის სტილისტიკურ გაფორმებას, რომელიც მიეკუთვნება სხვადასხვა კომპოზიციურ-სამეტყველო ფორმას საწყისი და ნათარგმნი ტექსტისა და პარალელური ტექსტების მასალაზე დაყრდნობით;

5. ტექსტის ზოგიერთი ტიპის თარგმანის შემუშავებას.

თარგმნის პროცესი გულისხმობს სათარგმნ ენაზე ისეთივე ტექსტის შექმნას, რომელიც შეძლებს მასზე დაკისრებული ფუნქციის შესრულებას (ჟილი, 2005:13). თუკი მოცემულია თანამდებობის პირების საკუთარი სახელები, მთარგმნელი ვალდებულია, მიუთითოს ამ პიროვნებების თანამდებობა, იმ შემთხვევაშიც კი, თუკი ეს ორიგინალში მითითებული არაა, რომლის საფუძველზე სათარგმნი ენის მკითხველმა უნდა მოახერხოს კონტექსტში ორიენტირება. გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს სათარგმნი ენის მკითხველისთვის ნაცნობი თანამდებობის პირები (პირველ შემთხვევაში იმპლიციტი ექსპლიციტში გადადის, მეორე შემთხვევაში კი იმპლიციტადვე რჩება).

თანამედროვე ეპოქაში ტექსტის სხვადასხვა სახეობა გვხვდება. როგორც უკვე აღინიშნა, იმთავითვე არსებობდა ზეპირი და წერილობითი ტექსტები; მოგვიანებით გაჩნდა საგაზეთო-პუბლიცისტური და კიდევ უფრო მოგვიანებით – სატელევიზიო და ინტერნეტქსელური ტექსტები. ყველას ამას ერთად **მედიატექსტები** ჰქვია. მედიატექსტი დღესდღეობით შეადგენს თანამედროვე კულტურის ბირთვს, რადგან ის ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცის განუყოფელი ნაწილია.

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების ენის შემსწავლელ დამოუკიდებელ დისციპლინას **მედიალისტიკა** ეწოდება.

ზემოთაც აღინიშნა, რომ მასმედიის ენა დინამიკურია, ის აფიქსირებს ენაში მომხდარ ცვლილებებს (ნეოლოგიზმები, კალკები და ა. შ.). მედიატექსტებია საგაზეთო-პუბლიცისტური ტექსტებიც, რომლებიც დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევიან, შეიცავენ განსაკუთრებით შეკუმშულ, საქმიანი და მშრალი საინფორმაციო ხასიათის სტატიებსა და შეტყობინებებს. მსგავსი შეტყობინებების თარგმნისას სიზუსტე ძირითადად წინადადების სინტაქსური გარდაქმნების, სტრუქტურული ცვლილებებისა და ლექსიკურ-კონტექსტური ეკვივალენტების გამოყენებით მიიღწევა, რადგან ეს ცვლილებები გამოწვეულია სათარგმნი ენის ნორმებისა და საგაზეთო სტილის ნორმების დაცვის აუცილებლობით. საგაზეთო სტატიის სათაური უნდა იყოს მოკლე, ლაკონური და შინაარსობრივი, ამასთან, როგორც ადრეც აღვნიშნეთ, მან გარკვეული ემოციური გავლენა უნდა მოახდინოს მკითხველზე. სათაურის უმთავრესი ფუნქციაა მკითხველის ყურადღების მიქცევა და ამიტომ, ძალიან ხშირად, ის სრულად ვერ გადმოსცემს სტატიის შინაარსს. ამ ფუნქციას ძირითადად ასრულებს ქვესათაური, რომელიც რამდენიმე სტრიქონის საშუალებით სტატიის მოკლე შინაარსს იძლევა. მთარგმნელისთვის მნიშვნელოვანია ის ცოდნა, რომელიც მას საშუალებას მისცემს, ობიექტურად აღიქვას სათაურის შინაარსი და ეკვივალენტური თარგმანი შეასრულოს სათარგმნი ენის სტილისტიკურ-გრამატიკული ნორმების გათვალისწინებით.

მთარგმნელმა უნდა მოძებნოს ისეთი ეკვივალენტი, რომელიც გასაგებს გახდის სათარგმნი ტექსტის არსს მათთვის, ვისაც მხოლოდ თარგმანის იმედი აქვს (სელესკოვიჩი, ლედერერი, 2008:41). პრაგმატიკულად განპირობებული გარდაქმნები

აუცილებელია იდიომატური გამოთქმებისა და რეალიების თარგმნისას. ამ შემთხვევაში მთარგმნელისთვის არ არის არსებითი წყარო და სამიზნე ენებს შორის სემანტიკური თუ სინტაქსური ეკვივალენტობის შენარჩუნება. მისი მიზანია, თარგმანში ორიგინალის იდენტური კომუნიკაციური ეფექტის მიღწევა. ტექსტის ადაპტაციის დროს მთარგმნელს უწევს იმპლიციტურად წარმოდგენილი ფონური ცოდნის ექსპლიციტურად გარდაქმნა. ეს ინფორმაცია მოიცავს ისტორიულ ფაქტებს, მატერიალური კულტურის მიღწევებს, ეთნოგრაფიულ და ფოლკლორულ ცნებებს. ყველაფერი ეს თარგმანის თეორიაში **რეალიების** სახელითაა ცნობილი. მთარგმნელები ხშირად მიმართავენ პრაგმატიკულ ადაპტაციას საკუთარი სახელების, გეოგრაფიული სახელების, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო რეალიების თარგმნისას. ამისთვის ტექსტში შეაქვთ დამატებითი კომენტარები და განმარტებები, ან განმარტავენ სქოლიოში, მაგალითად: TBC Bank has created an interesting product that allows consumers be able to buy home at Lisi Veranda (closer, 2016.N1). აღნიშნული წინადადება შემდეგნაირად არის გადათარგმნილი: თიბისი ბანკმა შეიმუშავა ძალიან საინტერესო პროდუქტი, რომელიც შესაძლებლობას იძლევა, ლისის ვერანდაზე ბინის შეძენა მომხმარებლისთვის ხელმისაწვდომი გახდეს (ლისის ვერანდა – ეს არის სრულიად ახალი, ეკოლოგიურად სუფთა დასახლება მრავალფუნქციური, რეკრეაციული ზონითა და თანამედროვე, დახვეწილი არქიტექტურით. რაც მთავარია, კომპლექსის ყველა შენობა თანამედროვე, ენერგოეფექტური მშენებლობის პრინციპებით არის აშენებული. სახელწოდება „ლისის ვერანდა“ მთარგმნელს აქვს ახსნილი პირდაპირ ტექსტში ანუ ტექსტის ადაპტაციის დროს მთარგმნელმა იმპლიციტური ინფორმაცია ექსპლიციტურში გარდაქმნა (თურმანიძე, 2018:51).

ზოგიერთ შემთხვევაში კი დამატებითი ინფორმაციის მოპოვება შესაძლებელია ტექსტის სპეცდანართით. საკუთრივ ტექსტში ამხსნელი ელემენტი შეიძლება, მოსდევდეს რეალიას, ან უსწრებდეს მას. მაგალითად: საქართველოში სათხილამურო ტურიზმი ვითარდება. გიორგი ჩოგოვაძე – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხელმძღვანელი. Georgia's Ski Tourism Continues to Grow. Giorgi Chigovadze – Head of the Georgian National Administration („საქართველოს ევროპული გზა“ N7, 12/2015, გვ.24). ე. ბრეუსი აღნიშნავს, რომ უკანასკნელი ხერხი ერთგვარად



ამზადებს მკითხველს უცხო სიტყვის გაგებისთვის; ამარტივებს რეალიის აღქმას (ბრეუსი, 2003:115). ზოგიერთ შემთხვევაში ორიგინალის პრაგმატიკული პოტენციალი ან რამდენიმე დეტალი შეიძლება, თარგმანში დაიკარგოს იმის გამო, რომ თარგმანის რეცეპტორისთვის უცნობი რეალიაა შემოტანილი. თარგმნის პროცესში ადეკვატური სამიზნე ტექსტის შექმნისას მთარგმნელმა მაქსიმალური სიზუსტით უნდა გადმოსცეს ორიგინალი ტექსტის შინაარსი, ფორმა და ემოციური ფონი, რაც განსხვავებულ მიდგომებს მოითხოვს მხატვრული და ინფორმაციული ტექსტების თარგმნის დროს. მედიატექსტი უნიკალურ ფორმას წარმოადგენს, რომელიც, ცნობილია, ორიენტირებულია მასობრივ მკითხველზე. მათ მაღალი ზემოქმედებითი ძალა აქვთ. მიუხედავად იმისა, რომ მათი პირველადი ფუნქცია ინფორმაციულობაა, ამავდროულად მათში დიდი რაოდენობით გამოიყენება ხატოვანი საშუალებები, რომლებიც ართულებს თარგმანს. ამასთანავე, უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემოებაც, რომ მედიატექსტების ყველა ნაირსახეობა ოპერატიულ პასუხს წარმოადგენს საზოგადოებაში მომხდარ ყველა მნიშვნელოვან სიახლეზე, რომლებითაც განპირობებულია მათში ექსპლიციტისა და იმპლიციტის განსაკუთრებული შეფარდება. მედიატექსტები კოლექტიური აზროვნების ფორმირების სერიოზული ხერხია. მათში აუცილებელია ეროვნული ფასეულობები და სამყაროს ენობრივ სურათში შემავალი კონცეპტუალური ცნებები, ამიტომ ინფორმაციის გამოხატვის იმპლიციტურ ხერხებს დიდი ხვედრითი წილი უკავია მედიატექსტებში და ეს თავისთავად იწვევს განსაკუთრებულ პრობლემებს თარგმნისას, როდესაც ახალი მკითხველისთვის არის გადასათარგმნი არა მარტო ტექსტში მოცემული, არამედ ნავარაუდევო ინფორმაცია. ცნობილია, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე, ხალხის გონებასა და წარმოდგენაზე, ეროვნულ ცნებებსა და კულტურაზე.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, როგორც ზემოთაც აღინიშნა, წარმოადგენს არა მარტო საგაზეთო-საჟურნალო ტექსტები, არამედ სხვადასხვა გახმოვანებული მასალა: რადიო- და ტელერეპორტაჟები, ინტერვიუ, სხვადასხვა პროგრამა, ტოკშოუ, ფილმები და ასე შემდეგ. ის, რასაც ხშირად „ელექტრონული პრესა“ ეწოდება. „ელექტრონული პრესის“ გაგება ბოლო წლებში გაფართოვდა

ინტერნეტის ჩართვის შემდეგ, სადაც წარმოდგენილია მსოფლიოში თითქმის ყველა წამყვანი ახალი ამბების სააგენტო. ჟანრობრივ-თემატური ნაირფეროვნება მასობრივი ინფორმაციის ერთ-ერთი საშუალებაა. გამოიყოფა ტექსტების ტიპები, რომლებიც ახასიათებს როგორც ბეჭდურ, ასევე „ელექტრონულ პრესას“. მათ მიეკუთვნება: ახალი ამბები (მოვლენების ქრონიკა), კომენტარი, ინტერვიუ, სპორტული რეპორტაჟები, სარეკლამო მასალები, ანალიტიკური მიმოხილვა სხვადასხვა თემაზე (პოლიტიკა, ეკონომიკა, საზოგადოებრივი ცხოვრება, სოციალური პიროვნება, კულტურა, მეცნიერება და სხვა) (გვენცაძე, 1986:65).

საჟანრო-თემატური ტექსტის ყველა ეს ნაირსახეობა გვხვდება გაზეთებში, ჟურნალებში, რადიო და სატელევიზიო პროგრამებში, ასევე – ინტერნეტში. გასაგებია, რომ ყველა მასობრივ ინფორმაციულ საშუალებას აქვს თავისი ობიექტური თვისებები, მაგრამ ჟანრობრივი დახასიათებები ნარჩუნდება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებისგან დამოუკიდებლად. ესე იგი, ახალი ამბების მასალა ყოველთვის იქნება განსხვავებული. ამ ტიპების ტექსტებს გარდა, არსებობს ისეთებიც, რომლებიც განსხვავდება სხვებისგან. მაგალითად: სარედაქციო პრესა ეკუთვნის გაზეთს. სხვა სახეობის სტატიები – კრიტიკული, მიმოხილვითი ეკუთვნის საგაზეთო-საჟურნალო ჟანრს. წინა თავშიც აღინიშნა, რომ მედიატექსტი წარმოადგენს ტექსტის ისეთ სახეობას, რომელზედაც დღესდღეობით ყველაზე დიდი მოთხოვნაა, ვინაიდან იგი ასრულებს საზოგადოების სოციალურ დაკვეთას და ასრულებს უმნიშვნელოვანეს ენობრივ ფუნქციებს. მედიატექსტი ასევე წარმოადგენს პოლიფუნქციურ წარმონაქმნს, რომლის ძირითადი ფუნქციებია: ინფორმირება, იდეოლოგიური ფუნქცია და ზემოქმედების ფუნქცია.

მედიატექსტის მნიშვნელოვან ნიშანს წარმოადგენს სათაური, რომელიც, მრავალფუნქციურია და მისი ლაკონიურობის გამო გაჯერებულია ფონური ინფორმაციით, რაც თავის მხრივ ართულებს მის თარგმანს. ინფორმაციის გამგზავნის შეტყობინება, როგორც წესი, ისეთ ადრესატზეა ორიენტირებული, რომელიც საკმარისად ინფორმირებულია ამ შეტყობინების გასაგებად. იმ შემთხვევაში, თუ გამგზავნი შეცდა და რეცეპტორი არ ფლობს საჭირო ინფორმაციას, კომუნიკაცია არ იქნება წარმატებული. როგორც აღვნიშნეთ,

მთარგმნელი ეხმარება ადრესატს ლინგვოეთნიკური ბარიერის დაძლევაში და იგი ხშირად ითვალისწინებს, რომ ორიგინალის ადრესატისგან განსხვავებით, თარგმანის ადრესატს შეიძლება, არ ჰქონდეს შეტყობინების გასაგებად საჭირო ცოდნა. ამის გამოსასწორებლად, მთარგმნელებს უწევთ სხვადასხვა ცვლილების შეტანა ორიგინალში. აღნიშნული ფონური ცოდნა შეიძლება ნაციონალ, კულტურულ ან ისტორიულ ხასიათს ატარებდეს. მაგალითად, საგაზეთო მასალას მეტწილად ქვეყანაში მიმდინარე აქტუალური მოვლენები უდევს საფუძვლად. სტატიაში მთარგმნელი ხშირად პირდაპირ ახალ დეტალებზე გადადის, რადგანაც თვლის, რომ მკითხველი არის კომპეტენტური და ფლობს ინფორმაციას, შესაბამისად, ავტორს არ უწევს ცნობილი პიროვნების, მაგ: პოლიტიკოსის თანამდებობის დასახელება, იცის, სტატიაში ვისზე და რაზეცაა საუბარი.

განსაკუთრებულ სირთულეს თარგმნის პროცესში მთარგმნელი აწყდება კულტურული კონცეპტის თარგმნისას, რადგანაც კულტურა და კულტურათმორისი კომუნიკაცია ბევრად უფრო რთული ფენომენია, ვიდრე ეს მთარგმნელს წარმოუდგენია. მთარგმნელის კომპეტენციაზეა დამოკიდებული თარგმანის ხარისხი, მაშასადამე, რაც უფრო მეტ ცოდნას ფლობს მთარგმნელი კულტურათა მახასიათებლებისა და კულტურათმორისი განსხვავებულობის თაობაზე, მით უფრო კარგია თარგმანი. მთარგმნელი თეორეტიკოსები ჯერ კიდევ უძველესი პერიოდიდან აღიარებდნენ კულტურული ცოდნის პრობლემებსა და კულტურებს შორის განსხვავებებს. სწორედ კულტურის შესახებ ცოდნა და კულტურათმორისი განსხვავებები წარმოადგენდა მთარგმნელობითი პრაქტიკისა და თეორიის შესწავლისას მთავარ საგანს, სწორედ მათზე კეთდებოდა მთავარი აქცენტი.

ოდითგანვე დიდ ყურადღებას იქცევდა სიტყვები, რომლებიც წარმოადგენდა კონკრეტული კულტურის ნაწილს და მათი თარგმნა პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო. ხანგრძლივი დებატები იმართებოდა იმის თაობაზე, თუ როდის მომხდარიყო მათი პერიფრაზირება; როდის გამოყენებულიყო ყველაზე ახლო ეკვივალენტი; როდის შექმნილიყო ახალი სიტყვა (განსაკუთრებით მხატვრული ტექსტის თარგმნისას) და როდის გაშიფრულიყო (ე.წ. ტრანსკრიფცია). სწორედ „უთარგმნელი“ კულტურის მატარებელი ეს სიტყვები თუ ფრაზები მუდმივად

ხიბლავდა მთარგმნელებსა და მთარგმნელობით თეორეტიკოსებს. ამ მხრივ პირველი თეორია განავითარა ფრანგმა მეცნიერმა მუნენმა 1963 წელს, რომელმაც ხაზი გაუსვა ლექსიკური ერთეულების მნიშვნელობას, ამბობდა რა, რომ თუკი მხოლოდ მათი მნიშვნელობა ითარგმნება, რამდენად სწორად შეასრულებდნენ მაშინ ისინი მათზე დაკისრებულ ფუნქციას? პრობლემა ისაა, რომ ყველა ეს კულტურული ელემენტი არ მოიაზრებს მხოლოდ ცალკეულ ენობრივ ერთეულს.

რა უნდა გააკეთოს მთარგმნელმა, როდესაც წყარო ენის წარმომადგენლების ფონური ცოდნა გაჯერებულია კულტურის ელემენტებით? კულტურის გათვალისწინება აუცილებელია თარგმანის პროცესში, მიუხედავად განსხვავებული აზრისა იმის შესახებ, არის თუ არა ენა კულტურის ნაწილი, ცნებები: **კულტურა და ენა** – გაუმიჯნავია.

1964 წელს ნიდამ განიხილა თარგმანში შესაბამისობის პრობლემა, მიანიჭა რა თანაბარი მნიშვნელობა როგორც ლინგვისტურ, ასევე კულტურულ განსხვავებებს წყარო და სამიზნე ენებს შორის, დაასკვნა, რომ კულტურათა განსხვავებას უფრო მეტი დაბრკოლების შექმნა შეუძლია მთარგმნელისთვის, ვიდრე – ენობრივ სტრუქტურებს შორის განსხვავებებს. ის დასძენს, რომ მნიშვნელოვანია როგორც კულტურული მახასიათებლები, ასევე ლექსიკური საკითხები. ნიდას ფორმალური და დინამიკური ეკვივალენტობის განმარტებები მოიაზრებს თარგმანზე კულტურის გავლენას. მისი აზრით, მნიშვნელოვანია, სამიზნე ენის მკითხველს შეეძლოს წყარო ენის კონტექსტის შესახებ მეტი ინფორმაციის გაგება, მისი წეს-ჩვეულებების, ტრადიციების, აზროვნების მანერისა და გამოხატვის საშუალებების წვდომა. ამ იდეის საპირისპიროა მოსაზრება, რომ დინამიკური ეკვივალენტობა „ცდილობს დაუკავშიროს ერთმანეთს რეცეპტორი და საკუთარი კულტურის რელევანტური ქცევის ფორმა“, იმის დაჟინების მიუხედავად, რომ რეცეპტორი იგებს წყარო ენის კონტექსტის კულტურას“. მისი მიხედვით, პრობლემები მრავალფეროვანია ორ ენაში არსებული კულტურული და ენობრივი განსხვავებულობიდან გამომდინარე. გარდა მრავალი პრობლემური ფაქტორისა (ფორმა, მნიშვნელობა, სტილი, ანდაზები, იდიომები და ა.შ), რომლებსაც მთარგმნელი აწყდება თარგმანის შესრულების პროცესში, კულტურული კონცეპტები კიდევ უფრო ართულებენ ამ ისედაც რთულ

საქმეს. მთარგმნელებმა წყარო ტექსტის ანალიზის პროცესში უნდა შეძლონ, პირველ რიგში, კულტურული კონცეპტების გამოვლენა და შემდეგ უკვე სწორი სტრატეგიებისა და მეთოდების გამოყენება მათი თარგმნის დროს. უფრო მეტიც, მათ უნდა იცოდნენ, როგორ შეინარჩუნონ ტექსტის შინაარსობრივი და სტილური მხარე ისე, რომ მკითხველმა ისეთივე სიამოვნება მიიღოს მისგან, როგორც ორიგინალი ტექსტიდან.

ინგლისურ ენაში სამეცნიერო ნაშრომი, რომელიც ეძღვნება პუბლიცისტური ტექსტის კვლევა-შესწავლას, მრავლადაა, რადგან მათ წამყვანი ადგილი უჭირავთ მსოფლიო საინფორმაციო ნაკადში, როგორც მოცულობით, ასევე – გავლენით.

ინგლისური მედიატექსტების თარგმანი განსხვავდება ლექსიკური შემადგენლობის მნიშვნელოვანი პარალელებით – სიტყვების უმეტესობისთვის თარგმანში შესაძლებელია, მოიძებნოს მსგავსი მნიშვნელობის სიტყვები.

ხშირად გამოიყენება აღწერითი თარგმანი.

ჩვენი თვალსაზრისით, თარჯიმნის მიერ შერჩეული ტრანსფორმაცია, თარგმანის მოცულობა დამოკიდებულია მის ინდივიდუალურ სტილზე.

თარგმანის წარმოების ძირითად პრობლემაზე – ეკვივალენტობის შესახებ საუბრისას არ შეიძლება, გვერდი ავუაროთ მთარგმნელობას, რაც არის პრინციპული შესაძლებლობა, ითარგმნოს ტექსტი. ზოგიერთ შემთხვევაში ყოფით პრაქტიკაში ტექსტები ცხადდება უთარგმნელად. როგორც წესი, საუბარია მხატვრულ ტექსტებზე, რომელიც განსაკუთრებულ სირთულეს წარმოადგენს მთარგმნელისთვის. მაგალითად, წლების განმავლობაში უთარგმნელად ითვლებოდა სკალდების პოეზია, კრ. მორგენშტერნის ადრეული ლექსები და სხვა ნაწარმოებები, მაგრამ თარგმნის სირთულე, რომელიც დაკავშირებულია ტექსტში ესთეტიკური ინფორმაციის გაფორმების სირთულესთან და უთარგმნელობა არ არის ერთი და იგივე.

– რა გვაიძულებს, მივიჩნიოთ ერთი ტექსტი მეორის თარგმანად?

ჩვენ ველოდებით, რომ თარგმანი იქნება ორიგინალის ასლი, ოღონდ სხვა ენაზე. თუ ის ახლოს არის ორიგინალთან, ჩვენ ვთვლით, რომ ეს კარგი თარგმანია. იმ შემთხვევაში, თუ შეინიშნება გადახრები, თარგმანი ცუდია, ე.ი. თარგმანის დროს

რალაც მნიშვნელოვანი შენარჩუნებულია. ეს „რალაც“ არის თარგმანის ინვარიანტი (ტერმინი ნასესხებია მათემატიკიდან და ნიშნავს საერთოს, რაც არსებობს ყველა ვარიანტში).

შინაარსის კომპონენტების იერარქია ასეთია:

1. ინვარიანტული კომპონენტები;
2. ინვარიანტულ-ვარიაციული კომპონენტები;
3. ვარიაციული კომპონენტები;
4. ცარიელი კომპონენტები.

თარგმანის პროცესის არსის და ეკვივალენტობის თეორიული ბაზის ათვისების შემდეგ ეკვივალენტობის პრაქტიკული მიღწევითვის საჭიროა მინიმალური ერთეულები, რომლებიც ექვემდებარება თარგმანს: თარგმანის ერთეულები (unit of translation), ან საწყისი ენის ერთეულები, რომლებსაც აქვს ეკვივალენტი თარგმანის ენაში. ტერმინი „თარგმანის ერთეული“ გაავრცელეს ჟ. ვინემ და ჟ. დარბელნემ. ამ ერთეულის ზომების შესახებ დისკუსიებში მის ხასიათზე მეცნიერები მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ აღნიშნული ერთეულის ზომები არასტაბილურია, მათ შეუძლიათ ვარირება, ხოლო თვით ერთეული არის ოპერაციული, მაგრამ ბევრი რამ ჯერ კიდევ გაუგებარია. აუხსნელია, მაგალითად, ის, რომ სხვადასხვა თარგმანის მიერ ერთი და იმავე ტექსტის თარგმანის დროს ირჩევენ განსხვავებული მოცულობის ერთეულებს. თვით ფაქტორი „თარგმანი“ არ არის ბოლომდე შესწავლილი, ამიტომ მკვლევრები ხაზს უსვამენ თარგმანის ერთეულის ფსიქოლინგვისტურ ხასიათს.

**პირველ ხერხს** საფუძვლად უდევს თარგმანის პროცესი და ორიენტირებულია ორიგინალზე. ამ შემთხვევაში თარგმანის ერთეულად ითვლება ტექსტის მინიმალური მონაკვეთი, რომელიც გამოიკვეთება, როგორც თარგმანის პროცესის დამოუკიდებელი ობიექტი.

**მეორე ხერხის** საფუძველია თარგმანის ტექსტზე ორიენტირება. თარგმანის ერთეულად ითვლება საწყისი ენის ლექსემების მინიმალური რაოდენობა, რაც შეიძლება, შეესაბამებოდეს თარგმანის ენის გრამატიკულ კატეგორიებს;

**მესამე ხერხია** თარგმანის ერთეულების გამოვლენა, რაც ორიენტირებულია დედანის შინაარსის გეგმაზე. ასეთი პრინციპის დროს მნიშვნელოვანია დედანის

შინაარსის შემადგენლობის ანალიზი, რომელიც დამოკიდებულია ტექსტის ფუნქციაზე;

**მეოთხე ხერხი** ორიენტირებულია ორიგინალზე და ეფუძნება სემანტიკური ერთობის პრინციპს. თარგმანის პრაქტიკის თვალსაზრისით ეს ყველაზე აქტუალურია.

რაც შეეხება შესაბამისობებს და ტრანსფორმაციას, თარჯიმანი თავისით „განალაგებს“ მათ; არ სარგებლობს არსებული საშუალებების არსენალით. ტრანსფორმაციაში იგულისხმება ენათაშორისი გარდასახვები, რომლებიც მოითხოვს ლექსიკურ, გრამატიკულ და ტექსტურ გარდაქმნებს. თარგმნის პროცესში გვხვდება ტრანსფორმაციის ოთხი ელემენტარული ტიპი:

**1. გადაადგილება** – ეს არის თარგმანში ენობრივი ელემენტების მდებარეობის შეცვლა (სიტყვათა თანმიმდევრობის). გადაადგილებას ექვემდებარება სიტყვები, სიტყვათა შეთანხმებები, რთული წინადადებების ნაწილები, დამოუკიდებელი წინადადებები მთელი ტექსტის სისტემაში.

**2. ჩანაცვლება** – ყველაზე გავრცელებული სახეობაა მთარგმნელობითი ტრანსფორმაციისა; ა) სიტყვათა ფორმის შეცვლა, ბ) მეტყველების ნაწილების შეცვლა, გ) წინადადების წევრების შეცვლა აუცილებელია სინტაქსური სტრუქტურის გარდაქმნისას.

**3. დამატება** წარმოადგენს ორიგინალური ტექსტის გაფართოებას, რაც დაკავშირებულია შინაარსის უფრო ზუსტ გადმოცემასა და გრამატიკული წყობის სხვაობასთან.

**4. გამოტოვება** დამატების საპირისპირო ოპერაციაა. კონტექსტური გამოტოვება დაკავშირებულია თარგმანის სახეობასთან, სხვა შემთხვევაში ის მოიცავს ზედმეტ კომპონენტებს.

ასევე არის **ანატომიური** თარგმანი, ტრანსფორმაციის განსაკუთრებული სახეობა, რომელიც გამოიყენება იმ შემთხვევაში, როდესაც პირდაპირი თარგმანი შეუძლებელი ან არასასურველია. ეს კომპლექსური ლექსიკოგრამატიკული ჩანაცვლებაა, რომელიც თხრობით კონსტრუქციას აქცევს უარყოფითად.

კომპენსაცია ასევე ტრანსფორმაციის სახეობაა, რომელიც ეხება ტექსტის ფუნქციურ დომინანტებს (აფორიზმები, ფრაზეოლოგიზმები, ზღაპრების დასაწყისი და ა.შ.).

აღწერითი თარგმანი მრავალფუნქციური ტრანსფორმაციაა, ვლინდება ზეპირ თარგმანში ეგზოტიზმის გადმოსაცემად.

თარგმანის პროცესის მოდელირებისას მკვლევრები ეყრდნობიან აქსიომატური პოსტულატის სამ მონაწილეს: **ტექსტის შემქმნელს, თარგმანს და მკითხველს**. ყველა მოქმედი პირი ასრულებს სხვადასხვა ფუნქციას და მათ აქვთ საქმიანობის რეცეფციის სხვადასხვა დონე. თარგმანის პროცესის მოდელირებისას აუცილებელია, გავითვალისწინოთ სიტუაციის ხასიათი, რაც დაგვეხმარება ან შეაფერხებს ტექსტის აღქმას.

ზოგადად თარგმანს ახასიათებს პრაგმატიკულობა ანუ გააჩნია პრაგმატიკული ასპექტი.

პრაგმატიკა არის მეცნიერება ენისა და იმ ხალხის შესახებ, რომელიც ამ ენით სარგებლობს კომუნიკაციისთვის. პრაგმატიკა შეისწავლის მიზნებს, რომელთა მისაღწევად ჩვენ ვსარგებლობთ წინადადებებით, ასევე შევისწავლით რეალური ცხოვრების პირობებს, რომლის დროსაც გამოთქმის სწორად გამოყენება შეიძლება.

კომუნიკაციური ქვეტექსტის საფუძველს მეტყველების ჟანრობრივი და სიტუაციური ნორმები ქმნის. ქვეტექსტი, ანუ იმპლიკაცია ურთიერთობისას საუბრის ქვაკუთხედი. აქედან გამომდინარე, კონვერსაციული ანუ საუბრის იმპლიკაციის ცნება, ჩვენი აზრით, პრაგმატიკის უმთავრესი და უმნიშვნელოვანესი საკითხია.

განვიხილოთ „სამეტყველო აქტის თეორია“: როდესაც ჩვენ ვითხოვთ პატიებას, ვუჩივით ან ვამბობთ კომპლიმენტებს, ჩვენ ვასრულებთ სამეტყველო აქტის პრაგმატიკულ ანალიზს, განვიხილავთ ყველა გამონათქვამს ორი ფუნქციით. ესენია **კონსტატირების ფუნქცია და მოქმედების წარმოების ფუნქცია**.

გამონათქვამს აქვს:

1. **აზრი**, რომელიც მიუთითებს კონკრეტულ პირს, მოქმედებას, ობიექტს;
2. **ძალა**, რომელსაც შეუძლია, დაარღვიოს წინადადების მნიშვნელობა და გადმოსცეს დამატებითი აზრი;



3. საერთო ეფექტი ან შედეგი, რომელიც შეიძლება იყოს ან არ იყოს დაკავშირებული წინადადების ფუნქციურ ძალასთან: მაგ; „ თქვენ ისევ აქ ხართ?“ - კითხვა ნიშნავს - „დროა, წახვიდეთ“.

გამოთქმის ორგანიზების ასპექტებია:

1. ლოკუცია locution;
2. ილოკუცია illocution;
3. პერლოკუცია perlocution.

ამ ასპექტებს დიდი მნიშვნელობა აქვთ წერითა და ზეპირ თარგმანში. პრაგმატიკულად ორიენტირებულ მთარგმნელობითი პროცესების მოდელეებში მიღებულია შემდეგი მდგომარეობა:

**თარგმანის აქტი** – ეს არის სამეტყველო აქტის წარმატებულად შესრულების მცდელობა. ამასთან გამოიყენება ლოკუციური, ილოკუციური აქტები. მისი მიზანია, ნათარგმნ ტექსტს ჰქონდეს ისეთი პერლოკუციური ძალა, როგორც ორიგინალს. არსებობს შემთხვევები კომუნიკაციის შეწყვეტის სამეტყველო აქტის არასწორი ინტერპრეტაციის შემთხვევაში. „როგორი წერილი გადასცეს პრეზიდენტს?“ – იკითხა ჟურნალისტმა. მინისტრმა უხეშად უპასუხა: „ეს საქმე ეხება საუდის არაბეთს.“. თარჯიმანმა არ გაითვალისწინა პასუხის პრაგმატიკული მნიშვნელობა, გადმოსცა მხოლოდ წინადადების შინაარსი და გამოიყენა გენერალიზაცია: „აქ საქმე დაკავშირებულია საუდის არაბეთთან.“ ჟურნალისტმა განაგრძო შეკითხვები და მას სთხოვეს, დაეტოვებინა დარბაზი, თარჯიმანმა არ გადმოსცა მინისტრის გაღიზიანება.

სამეტყველო აქტების ანალიზის პოტენციური შესაძლებლობების შეფასებისას თეორეტიკოსები ეთანხმებიან ოპონენტების ეჭვებს. თავდაპირველად სამეტყველო აქტის თეორია იყო დაკავშირებული სხვადასხვა ფილოსოფიური აქტის კვლევასთან და არა ენის პრაგმატიკულ გამოყენებასთან.

**ბუნებრიობა** – ეს არის მთავარი ტერმინი წერითი და ზეპირი თარჯიმანებისთვის. ენის გამოყენება წარმოქმნის უამრავ პრობლემას, რომელიც განსხვავდება იმათგან, რაზეც არის გამიზნული სამეტყველო აქტის თეორია. მაგალითად, განსხვავებაა დაპირება/მუქარასა და აღწერა/დარწმუნებას შორის,

მაგრამ ორივე სახეობა ერთ რუბრიკაში არის მოქცეული – ილოკაციური ძალა. ზოგიერთი ადვილად შეიძლება გამოვყოთ, ზოგი კი – არა.

მეცნიერებმა დაადგინეს, რომ ტექსტი არ არის სიმბოლოების ხაზობრივი თანმიმდევრობა, ეს არის რთული წყობა, რომლებშიც ერთ ელემენტს შედარებით მაღალი კომუნიკაციური სტატუსი აქვს, ვიდრე – სხვას, რაც შემდგომი კვლევების საგანია.

გამოყენებითი პრაგმატიკის თვალსაზრისით დადგენილია, რომ სამეტყველო აქტების ინტერპრეტაცია დამოკიდებულია მათს სტატუსზე ტექსტის შიგნით და ტექსტში მდებარეობაზე. სტატუსის ცვლილება საფუძლად დევს სამეტყველო აქტის ურთიერთობაზე ტექსტის შიგნით და მივყავართ ილოკაციური სტრუქტურის გაგებასთან: წინამდებარე წინადადების თემა იქცევა მომდევნო წინადადების თემად. ილოკაციური სტრუქტურა განაპირობებს ტექსტის პროგრესიას, ლოგიკურ თანმიმდევრობას. თარგმანის თეორიაში მიღებულია მდგომარეობა, რომ საერთო სურათი უნდა გადმოიცეს თარგმანის დროს სხვა ენაზე, თემა და არსი უნდა შენარჩუნდეს. სამეტყველო აქტის ძალა განისაზღვრება ორი პარამეტრით:

1. სამეტყველო აქტის მონაწილეობა ტექსტის ფრაგმენტის აზრის შექმნაში;
2. მთლიანი ტექსტის აზრის შექმნაში მონაწილეობა.

კონკრეტულ სამეტყველო აქტებთან შედარებით დიდ ერთეულებზე კვლევების გავრცელების მცდელობებმა გამოიწვია თარგმნის პროცესის ანალიზის რაკურსის შეცვლა.

### **2.3. უცხოური ლექსიკის თარგმნის პრობლემები**

თარგმანს, როგორც კულტურათაშორისი კომუნიკაციის შუამავალს, ოდითგანვე მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს კულტურის ისტორიაში, როგორც ცალკეული ერების, ასევე – მსოფლიო კულტურაშიც. თარგმანი არის არა მარტო ლინგვისტური, არამედ კულტურული კომუნიკაციის აქტი კულტურებს შორის; თარგმნის პროცესს აქვს ორი ასპექტი, რადგან, როგორც არაერთგზის აღინიშნა, ენა და კულტურა განუყოფელია.

შესაბამისად, კულტურა და თარგმანიც განუყოფელია. თარგმანის წყალობით უზრუნველყოფილია იმ ადამიანთა ენათშორისი და კულტურათშორისი კომუნიკაცია, რომლებიც საუბრობენ სხვადასხვა ენაზე.

არ უნდა დავივიწყოთ, რომ ენის, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის საშუალების გამოყენებისას არ არის საკმარისი სიტყვათა მნიშვნელობისა და გრამატიკის წესების ცოდნა. ასევე აუცილებელია ენის სამყაროს რაც შეიძლება ღრმა ცოდნა. ხარისხიანი თარგმანის შესასრულებლად, თარჯიმანი უნდა იყოს აღჭურვილი ზოგადი განათლებით, ზოგადი ცოდნით, რაც აუცილებელია იმ ტრადიციების, მოვლენებისა და ფაქტების სწორად გაგებისა და გადმოცემისთვის, რომლებიც დამახასიათებელია კონკრეტულ ენაზე მოლაპარაკე ხალხთა რეალობისთვის.

Kolkhoba is an annual Laz festival held each year at the end of August or the beginning of September in the village of Sarpi Georgia. Kolkhoba is a new name for an ancient holiday in the Lazeti region, which is related to the cult of the sea. Lazeti residents used to gather on the coast and swim in the sea<sup>2</sup>.

კოლხოზა ყოველწლიური ლაზური ფესტივალია, რომელიც ტარდება ყოველი წლის აგვისტოს ბოლოს ან სექტემბრის დასაწყისში საქართველოს სოფელ სარფში. კოლხოზა ლაზეთის რეგიონში უძველესი დასვენების ახალი სახელწოდებაა, რომელიც ზღვის კულტს უკავშირდება. ლაზეთის მოსახლეობა სანაპიროზე იკრიბებოდა ხოლმე და ზღვაში ბანაობდა.

ზემოთ მოცემულია რეალია, რომელიც დამახასიათებელია კონკრეტულ ენაზე მოლაპარაკე ხალხთა ყოფითი რეალობისთვის. უცხოელისთვის ეს რთულად სათარგმნი იქნება, თუ მას არ ექნება წარმოდგენა იმ კულტურაზე, რომელი ენიდანაც ასრულებს თარგმანს.

ენობრივ მოვლენებში გამოსახულია განსაზღვრული ხალხის სოციალური ცხოვრების ფაქტები. ხშირად ზოგადი (ფონური) ცოდნის არარსებობისას, თარჯიმნისთვის სირთულეს წარმოადგენს კონკრეტული ერის კულტურულ-ისტორიული განსაკუთრებულობის გადმოცემა.

---

<sup>2</sup> <https://www.facebook.com/GeorgianJournal>

მხოლოდ ზოგადი (ფონური) ცოდნის არსებობისას ან განსხვავებების მკვეთრად განმარტებისას მოსაუბრეები შეძლებენ ერთმანეთის გაგებას. ამ განმარტების პრაქტიკული მნიშვნელობა მოიცავს იმას, რომ უცხო ენის შემსწავლელი საგანმანათლებლო დაწესებულებები უნდა ეყრდნობოდეს ქვეყანათმცოდნეობის საბაზისო წარმოდგენის შესწავლას.

ყოველმხრივი წარმოდგენის შესაქმნელად ზოგადი (ფონური) ცოდნის შესახებ და მათი შინაარსის შესახებ აუცილებელია, განვიხილოთ, რა არის „რეალიები“.

სიტყვა **რეალიები** არის ხალხური ენის ლექსიკის განუყოფელი ნაწილი და წარმოადგენს ნაციონალური და ისტორიული კოლორიტის გადმოცემის საშუალებას მხატვრულ ნაწარმოებში. ტერმინი „რეალია“ აღნიშნავს „ისტორიული ეპოქის ყოფისა და კულტურის სოციალური წყობის ელემენტებს, რაც უცხოა სხვა ერისათვის“ (Влахов, Флорин, 1986: 381).

მ. ლ. ვაისბურდი ტერმინ „რეალიას“ უფრო ფართოდ წარმოადგენს და მას მიაკუთვნებს „ქვეყნის საზოგადოებრივი და კულტურული ცხოვრების მოვლენებს, საზოგადოებრივ ორგანიზაციებსა და დაწესებულებებს, ადათებსა და ტრადიციებს, ყოველდღიური მოხმარების საგნებს, ისტორიული პიროვნებების, არტისტების, სპორტსმენების, მეცნიერების, მწერლების, სახელების, ბუნების მოვლენებს“ (Вайсбурд, 1972:98).

ა. ვ. ფეოდოროვი წერს იმ სიტყვების შესახებ, რომლებიც „აღნიშნავენ წმინდა ადგილობრივ მოვლენებს, მათ არ აქვთ შესაბამისობა სხვა ხალხის ყოფასა და გაგებაში,“ ხოლო სხვაგან მათ ეწოდება „რეალიები-დასახელება“ ან „სიტყვები-რეალიები“ (Феодоров, 1986:23-75).

უფრო ვრცელ და ზუსტ გაგებას რეალიებისას წარმოგვიდგენენ ს. ვლახოვი და ს. ფლორინი თავიანთ ნაშრომებში. ისინი განმარტავენ რეალიებს, როგორც „სიტყვებს, რომლებიც ახასიათებენ ობიექტებს ცხოვრებისთვის დამახასიათებელს ერთი ერისთვის და მიუღებელია სხვა ერისთვის; ნაციონალურ ან ისტორიულ კოლორიტს არ აქვს ზუსტი შესაბამისობა/ეკვივალენტი სხვა ენებში, შესაბამისად, არ ექვემდებარებიან თარგმანს „საერთო საფუძვლით“ და ითხოვენ განსაკუთრებულ მიდგომას“. ამ წრეში არ ხვდებიან „სიტყვები, რომლებიც დაკავშირებულია ამა თუ

იმ ერის ფსიქოლოგიის, მენტალიტეტის, ხასიათის თავისებურებებთან“. ტერმინი „რეალია“ აღნიშნავს „ენისა და კულტურის მოვლენების ნაწილს, რაც დამახასიათებელია ერთი ერისთვის და მიუღებელია მეორესთვის“ (Влахов, Флорин, 1986:416).

უმეტესწილად რეალიები სიტყვები და სიტყვათა შეთანხმებებია. გ. დ. ტომახინი რეალიებს მიაკუთვნებს აბრევიატურებსაც, რადგან ისინი წარმოადგენენ ერთ სიტყვაში მოქცეულ ნომინატიურ შეთანხმებებს (მაგ.: გაერო, უეფა).

ს. ვლახოვი და ს. ფლორინი წარმოადგენენ არაეკვივალენტური ლექსიკისა და რეალიების ურთიერთობისა და განსხვავებების სქემას:

„შედარებით ფართოა თავისი შინაარსით არაეკვივალენტური ლექსიკის მცნება. რეალიები, როგორც დამოუკიდებელი ნაწილი, შედის არაეკვივალენტურ ლექსიკაში. ნაწილობრივ ფარავს რეალიებს, ხოლო ნაწილობრივ რეალიები სცდება არაეკვივალენტური ლექსიკის: ეგზოტიზმების, აბრევიატურის, მიმართვის საზღვრებს, ენობრივ ნორმათა დარღვევებს; რეალიებთან არის დაკავშირებული საკუთარი სახელები. ასევე, არაეკვივალენტურ ლექსიკაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სიტყვებს, რომელთაც არაეკვივალენტურ ლექსიკას უწოდებენ ან უწოდებენ ერთეულებს, რომლებსაც თარგმანის ენაში არ აქვს ლექსიკური შესაბამისობები, ტერმინებივით მათ არ აქვთ კონოტაცია“ (Влахов, Флорин, 1986:416).

ხსენებული ავტორები გამოყოფენ კიდევ ერთ განსხვავებას რეალიებსა და არაეკვივალენტურ ლექსიკას შორის: რეალია რჩება რეალიად და არა აქვს მნიშვნელობა, რომელ ენას ეკუთვნის, ხოლო არაეკვივალენტურობა დგინდება ენების კონკრეტული წყვილებისთვის; კონკრეტული ენის რეალიების ჩამონათვალი მეტ-ნაკლებად მუდმივია, ხოლო არაეკვივალენტური ლექსიკის ლექსიკონები არის სხვადასხვა ენის სხვადასხვა წყვილისთვის.

რეალიები ნაციონალურ-კულტურული ელემენტებია. მხატვრული ტექსტისა და მათი თარგმნის პრობლემა არაერთხელ გამხდარა ლინგვისტური და მთარგმნელობითი კვლევების საგანი.

რეალიების გადმოცემის ხერხებს თავიანთ ნაშრომებში განიხილავენ ვ. ს. ვინოგრადოვა, ა. ა. რეფორმატსკი, ა. დ. შვეიცერი, ს. ვლახოვი, ს. ფლორინი და

სხვები, იძლევიან უცხოური ლექსიკის და ფონის სხვადასხვა განმარტებას. ძირითადად ლიტერატურაში გვხვდება ტერმინები: „არაეკვივალენტური ლექსიკა“ (ა. დ. შვეიცერი, გ.ვ. ჩერნოვი, ს. ვლახოვი) „ეგზოტიკური ლექსიკა“ ან „ეგზოტიზმები“ (ს. ა. ბელიაევა, კ. საპაროვი) ასევე – „ბარბარიზმები“, „ლოკალიზმები“ (ა. ფინკელი) „ლაკუნები“ (ლ.ც. ბარქუდაროვი, ი. ი. რევზინი, ვ. ი. როზენცვეიგი).

ყველა ამ განმარტებას აერთიანებს საკუთარი ნაციონალური შეფერილობა (ისტორიული, ყოფითი, ადგილობრივი) და შესაბამისობების (ეკვივალენტის) არარსებობა თარგმანის ენაში.

ტერმინი „არაეკვივალენტური ლექსიკა“ გვხვდება ავტორთა უმრავლესობის ნაშრომებში, რომლებიც მას სხვადასხვაგვარად განმარტავენ: როგორც რეალიების სინონიმს (ა.დ. შვეიცერი) ან უფრო ვრცლად, სიტყვას, რომელიც არ არსებობს განსხვავებული ენის კულტურაში (ე. მ. ვერეშაგინი) ან უბრალოდ, სხვა ენაზე უთარგმნელი სიტყვები. ო. ს. ახმანოვა თავის „ლინგვისტური ტერმინების ლექსიკონში“ ტერმინ „რეალიას“ (ლათ. *realia* – ნამდვილი, რეალური) განმარტავს, როგორც „სხვადასხვაგვარ ფაქტორებს, რომლებიც შეისწავლება ლინგვისტიკის გარეთ, როგორებიცაა სახელმწიფო წყობა კონკრეტული ქვეყნის, ისტორია და კულტურა – კონკრეტული ხალხის, ენობრივი კონტაქტები აღნიშნული ენის მატარებლების აღნიშნულ ენაში მათი გამოყენების თვალსაზრისით; მატერიალური კულტურის საგანი“ (Ахманова, 1966:608).

ლ. ლ. ნელუბინის „თარგმანის განმარტებით, სიტყვა „რეალიას“ ლექსიკონში აქვს ოთხი მნიშვნელობა:

1. სიტყვები ან გამონათქვამები, რომლებიც აღნიშნავენ საგანს, სიტუაციას, არ–არსებულს ადამიანთა პრაქტიკულ გამოცდილებაში, რომლებიც საუბრობენ სხვა ენაზე;
2. მატერიალური კულტურის საგანი, რომელიც არის სიტყვის ნომინაციური მნიშვნელობის საფუძველი;
3. სიტყვები, რომლებიც აღნიშნავენ ყოფა-ცხოვრების ნაციონალურ-სპეციფიკურ თავისებურებებს.

ვეთანხმებით ს. ვლახოვისა და ს. ფლორინის აზრს, რომ არაეკვივალენტური ლექსიკის მცნება არის მოცულობითი თავისი შინაარსით, ხოლო რეალიები შედის არაეკვივალენტური ლექსიკის ფარგლებში, როგორც დამოუკიდებელი კატეგორია, ისევე როგორც აბრევიატურა, კუთვნილებითი სახელები, მიმართვები.

ს. ვლახოვი და ს. ფლორინი თვლიან, რომ მთავარი განსხვავება რეალიებსა და არაეკვივალენტურ ლექსიკას შორის არის: თუ კონკრეტული სიტყვა არის რეალია, მას ეს სტატუსი შეუნარჩუნდება შეუფარდებლად ამა თუ იმ ენასთან, ხოლო არაეკვივალენტურობაზე, შეიძლება ვისაუბროთ მხოლოდ ენების კონკრეტულ წყვილებში. განსაზღვრული ენების რეალიების სია საკმაოდ სტაბილურია სინქრონულად და არ არის დამოკიდებული თარგმანის ენაზე. ამ დროს სხვადასხვა ენის წყვილებს ექნება სხვადასხვა არაეკვივალენტური ლექსიკის ლექსიკონები თითოეულისთვის. ნ. ა. გეიბელი თავის სტატიაში – „უცხოური ლექსიკის ლინგვოკულტუროლოგიური ასპექტი“ სამართლიანად აღნიშნავს, რომ რეალიების უმრავლესობამ მჭიდროდ მოიკიდა ფეხი ყოველდღიურ ცხოვრებაში, უკვე არ საჭიროებს თარგმანს და გადავიდა ლექსიკის სხვა ფენაში. ესაა ნასესხები ლექსიკა. სინამდვილეში ვერავის გავაკვირვებთ ასეთი სიტყვების გამოყენებით: „დეფილე“, „ინაუგურაცია“, „ოფშორი“, „მარკეტინგი“, „ფორუმი“, „დილერი“, „ტენდერი“, „იმპიჩმენტი“ და სხვა. უცხო სიტყვათა სესხების პროცესი ბუნებრივი და აუცილებელი პროცესია ენობრივი განვითარებისთვის, რის წყალობითაც მდიდრდება ენა სიტყვის მარაგით და კულტურათა ურთიერთობით. ნასესხები ლექსიკის შესწავლა აქტუალური ხდება უცხოური წარმოების სიტყვების სწრაფად შემოსვლისას სხვა ენაში.

აღვნიშნავთ, რომ რეალიები უკეთეს პროვოცირებას შეცდომებს თარგმანში ან მთარგმნელობით კუროზებს. თარგმანის სირთულეებს შორის ო. ვ. ფილიპოვი გამოყოფს შემდეგს:

1. თარგმანის ენაში არარსებული შესაბამისობა (ეკვივალენტი), ობიექტის რეალიების არარსებობა კონკრეტული ენის მატარებლებში;

2. საგნობრივი მნიშვნელობის (სემანტიკის) რეალიებთან ერთად აუცილებელია გადმოიცეს კოლორიტი (კონოტაცია): მისი ნაციონალური და ისტორიული შეფერილობა.

თარჯიმნის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია, მაქსიმალურად გადმოსცეს ორიგინალის შინაარსი, მაგრამ ენათა ოჯახებში განსხვავებების არსებობამ და ტექსტების აგებულების თავისებურებებმა შეიძლება, შეზღუდოს ის შესაძლებლობები, რომლებიც მთარგმნელის ხელთაა და სრულად შენარჩუნდება ორიგინალის აზრობრივი შინაარსი თარგმანში. შესაბამისად, თარჯიმნის ვალდებულებაა, რაც შეიძლება სრულად გადმოსცეს ორიგინალ ტექსტში არსებული ინფორმაცია. ამისთვის ის აუცილებლად უნდა ფლობდეს განსაზღვრულ ზოგად (ფონურ) ცოდნას, რომელიც გააჩნიათ საწყისი ენის მატარებლებს. მთარგმნელობითი საქმიანობის წარმატებულად შესრულება განსაზღვრავს საწყისი ენის მატარებლების ისტორიის, კულტურის, ლიტერატურის, ადათის, თანამედროვე ცხოვრებისა და სხვა რეალობის ყოველმხრივ გაცნობას. მოკლედ, საბაზისო მოთხოვნა სრულფასოვანი თარგმანისთვის არის თარჯიმნის მიერ რეალიებისა და ცხოვრების კონკრეტული პირობების, ქვეყნის ყოფის, ადათ-წესებისა და ტრადიციების ცოდნა.

დღესდღეობით სამეცნიერო ლინგვისტურ ლიტერატურაში არ არის შემუშავებული რეალიების ერთიანი კლასიფიკაცია. თანამედროვე სამეცნიერო ლინგვისტიკაში წარმოდგენილია მათი სხვადასხვა დაჯგუფება. განვიხილოთ რამდენიმე მათგანი.

ზ.გ. პროშინა გვთავაზობს, რეალიები დავყოთ 4 ტიპად:

1. uniuquerealia (რუს. «балалайка» - ინგლ. “balalaika” რუს.«мигалка»- ინგლ. “migalka”, რუს. «матрешка»- ინგლ. matrioshka”)

Широкую популярность приобрела улучшенная балалайка»

The improved balalaika acquired wide popularity.

გაუმჯობესებულმა ბალალაიკამ ფართო პოპულარულობა მოიპოვა.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Elementary method for the balalaika. A. dorozhkin. გვ. 2



**ბალალაიკა** არის რუსული სამსიმიანი საკრავი, ეს სიტყვა რეალიაა, რომელიც რუსული კულტურის ნაწილს წარმოადგენს, ამიტომ ინგლისურსა და ქართულ ენებშიც უთარგმნელი სახით არის გადმოცემული.

Migalka Under Attack In Russia –Innocent Driver’s Conviction ,Overturned After Thousands Protest ( JUSTICE DENIED: ISSUE 34 - 2006,გვ:15)

I was influenced by the Matryoshka Dolls also known as Babushka Dolls.

**მატრიოშკა** არის რუსული ხის სათამაშო მოხატული თოჯინის ფორმისა, რომლის შიგნითაც მომცრო ზომის მსგავსი თოჯინებია. ჩაწყობილი თოჯინების რაოდენობა, ჩვეულებრივ, ექვსია ან მეტი. თითქმის ყველა მათგანი ცილინდრული ფორმისაა. მათ არ აქვთ ხელები. ზემოთ მოცემული მაგალითების მსგავსად, სიტყვა **მატრიოშკა** გვხვდება სხვადასხვა ქართულ და ინგლისურ მედიატექსტში და იგი წარმოადგენს რუსულ რეალიას.<sup>4</sup>

2. analogousrealia (რუს. «липа» (ყალბი დოკუმენტი) - ინგლ. “fake” (a forged document), ინგლ. “drug-store” - რუს. «аптека»);

3. similarrealia with different functions (ინგლ. “cuckoo 's call” – asked for by an American girl to find out how soon she will get married) – რუს. «крик кукушки» – counted by a Russian to find out how long s/he will live);

4. language lacuna of similar notions (ინგლ. “clover-leaf” – «автомобильная развязка в виде клеверного листа»<sup>5</sup>]

გ. დ. ტომაქინი, რომელიც უპირისპირებს ამერიკული და ინგლისური ტექსტების ვარიანტებს, რუსულ ენას და ასევე, მათთან ერთად მდგარ კულტურებს მიაკუთვნებს სიტყვათა იმ რეალიების რიცხვს, რომელსაც უწოდებს „აპელატიურ ლექსიკას“:

1. გეოგრაფიული ტერმინები, რომლებიც აღნიშნავს ბუნებრივი გეოგრაფიული სფეროს თავისებურებებს, ასევე ფლორისა და ფაუნის აღმნიშვნელი სიტყვები;

---

<sup>4</sup> <https://followthatchild.wordpress.com/2015/04/04/papier-mache-matryoshka-dolls/>

<sup>5</sup> З.Г.Прошина Теория перевода

2. სიტყვები, რომლებიც მიეკუთვნება სახელმწიფო წყობას, საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, იურიდიულ, სამხედრო, ხელოვნების, განათლების, წარმოებისა და საწარმო ურთიერთობების, ყოფისა და ტრადიციების სფეროებს.

3. „აფორისტული რეალიების დონე“, ე.წ. გამონათქვამები, ციტატები, ფრაზეოლოგიზმები (Томахин, 1988:67)

ლ. ი. ბოგატიკოვა გამოყოფს რეალიების 3 ტიპს:

1. კულტურულ-ისტორიული რეალიები აღნიშნავენ ისტორიულ და კულტურულ მოვლენებს და პროცესებს. მაგალითად: «RoundTable» (Круглый стол короля Артура и его рыцарей მეფე არტურისა და მისი რაინდების მრგვალი მაგიდა), «MagnaCarta» (грамота, предоставлявшая более широкие права феодалам, სიგელი, რომელიც ანიჭებდა ფეოდალებს მეტ უფლებებს).

2. საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ რეალიებს მიეკუთვნება ნაციონალურ-კულტურული ნომინაციის საშუალებები, რომლებიც აღნიშნავს: ა) ადმინისტრაციული დანაყოფების ერთეულებს: «shire» (графство, საგრაფო), «state» (штат в США, შტატი) და სხვა.; ბ) პოლიტიკურ და სოციალურ ინსტიტუტებს: «Congress» (конгресс, კონგრესი), «Senate» (сенат, სენატი) და სხვა.; გ) პოლიტიკური პარტიები: «Republican» (республиканская, რესპუბლიკური), «Democrat» (демократическая, დემოკრატიული), «Tory» (тори, ტორი); საზოგადოებრივი მოძრაობის სხვადასხვა ორგანიზაცია და სხვა.

3. ეთნოგრაფიული რეალიები დაკავშირებულია ეთნოსის კულტურულ თავისებურებებთან. მათ მიეკუთვნება: ა) საცხოვრებელი ნაგებობები («bungalow» – бунгало, ბუნგალო), ბ) შრომის სპეციფიკა და მისი ორგანიზება («workforce» – рабочая сила, рабочие, შრომითი ძალა, მუშები «part-time job» – работа на полставки, სამუშაო ნახევარ განაკვეთზე); გ) ნაციონალური ტანსაცმელი («kilt» – килт, шотландская короткая мужская юбка в складку, კილტი – შოტლანდიური მოკლე ქვედაბოლო მამაკაცებისთვის); დ) დღესასწაულები, ადათები და რიტუალები («GoodFriday» – Великая пятница, წითელი პარასკევი «EasterMonday» – второй день Пасхи, აღდგომის მეორე დღე – ხსოვნის დღე); ე) რეალიები, დაკავშირებული ფოლკლორთან («squaredance» - кадрили, - რუსული ცეკვა „კადრილი“ «round dance» – хоровод,

წრეზე ცეკვა) და სხვა. განსაკუთრებული ადგილი ამ ჯგუფში აქვს ტოპონიმებს, ანთროპოტონიმებსა და ფრაზეოლოგიზმებს, რომელთაც აქვთ ეთნიკური ცნებები (Веретенникова, 2007:89).

უფრო მრავალმხრივი, საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროს მომცველია თემატური კლასიფიკაცია სიტყვებისა, რეალიებისა, რომელიც შემოგვთავაზა უდიდესმა მეცნიერმა და აკადემიკოსმა ვ. ს. ვინოგრადოვმა. ეს კლასიფიკაცია მოიცავს შემდეგ რუბრიკებს:

1. **ყოფითი რეალიები** – ლექსიკა, რომელიც ასახელებს საცხოვრებელს, ქონებას, ტანსაცმელს, საკვებს და სასმელს, შრომის სხვადასხვა სახეობასა და საქმიანობას, ფულის ერთეულებს, ზომის ერთეულებს, მუსიკალურ ინსტრუმენტებს, ხალხურ დღესასწაულებს, თამაშებს, სიმღერებსა და ცეკვებს, მიმართვებს ხალხისადმი («лапти», «аршин», «изба», «рубль» - (რუსეთი), «кимоно» (იაპონია), «сауна»(ფინეთი), «скальд» (ისლანდია);

ასეთია *ჩურჩხელაც* – ცხელ თათარაში ამოვლებული ძაფზე აცმული თხილი ან კაკალი, რომელიც ბუნებრივ პირობებში შრება და მაგრდება. ჩურჩხელა ნაციონალური ქართული დესერტია.

*Чурчхела* – орехи, нанизанные на нить и обваленные в горячей «татар» (виноградный сок), затем высушенные в природных условиях. Чурчхела – национальный грузинский десерт.

*Churchkhela* – walnuts on a thread repeatedly dipped into a hot grape mixture, then hung to dry and harden in natural conditions. Churchkhela is Georgian national dessert.<sup>6</sup>

2. **ეთნოგრაფიული და მითოლოგიური რეალიები** – ლექსიკა, რომელიც ასახელებს სხვადასხვა ქვეყნის ეთნიკურსა და სოციალურ ჯგუფებს და მათს წარმომადგენლებს, სხვადასხვა კერპს, ჯადოსნურსა და ზღაპრულ არსებებს, ლეგენდარულ ადგილებს («Дед Мороз», «Снегурочка» (რუსეთი), «тролль» (სკანდინავია), «мечеть» (მუსლიმანური), «пагода»(ბუდიზმი);

---

<sup>6</sup> ([https://georgia.travel/ru\\_RU/%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%8F](https://georgia.travel/ru_RU/%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%8F)).

«*Супра*» - традиционное грузинское застолье. Можно бесконечно перечислять те блюда супры, которые вас очаруют, хотя нужно уделить особое внимание следующим из них:

ქართულ ტრადიციულ ლხინს *სუფრა* ეწოდება. უამრავი კერძი ამშვენებს მას, თუმცა რამდენიმე მათგანი მაინც უნდა გამოიყოს:

Traditional Georgian feast is called “*Supra*”. The list of dishes that will charm you at the “*Supra*” is endless, yet some of them should be distinguished<sup>7</sup>.

**3. ბუნებრივი სამყაროს რეალიები** - მცენარეების, ცხოველების, ლანდშაფტის, პეიზაჟის გამოხატველი ლექსიკა («*ნაიბან*», «*სავანა*», *ბაობაბი*, *სავანა* (აფრიკა), «*ფьорд*» ფიორდი (ნორვეგია), «*перерия*» პრერიები (ლათინური ამერიკა);

**4. სახელმწიფო წყობისა და საზოგადოებრივი ცხოვრების რეალიები** - ლექსიკა, რომელიც ასახელებს აქტუალურ ან ისტორიულ ადმინისტრაციულ ერთეულს და სახელმწიფო ინსტიტუტებს, სხვადასხვა სახის საზოგადოებრივ ორგანიზაციას და პარტიას, სამრეწველო და აგრარულ საწარმოებს, სავაჭრო დაწესებულებებს, ძირითადი სამხედრო და პოლიციის ქვედანაყოფებსა და ჩინებს, სამოქალაქო თანამდებობებს და პროფესიებს, ტიტულებსა და წოდებებს («*ვიგი*», «*თორი*» (-ინგლისი), «*большевики*» (რუსეთი) (Виноградов, 1996:98)

**5. ონომასტიკური რეალიები**, რომლებიც შეიცავს ანთროპონიმებს კუთვნილებითი სახელები: ადამიანის პირადი სახელი, გვარი, მამის სახელი, შთამომავლობითი სახელები, ზედმეტსახელები), ტოპონიმებს (კუთვნილებითი სახელები, რომლებიც აღნიშნავს გეოგრაფიულ ობიექტებს), ლიტერატურული გმირების სახელებს სხვადასხვა ნაწარმოებიდან, თეატრების, რესტორნების, მუზეუმების დასახელებას («*Биг-Бен*» (ინგლისი), «*Кармен*» (ესპანეთი), «*Большой театр*»(რუსეთი);

**6. ასოციაციური რეალიები** - ვეგეტატიური სიმბოლოები («*мадрон-ხო*» (კენკროვანი ხე) – მადრიდის პოეტური სიმბოლო), ანიმალისტური სიმბოლოები (გველი სიბრძნის სიმბოლოა - საბერძნეთი), ფერთა სიმბოლიკა (მაგ: მწვანე –იმედის

---

<sup>7</sup>[https://georgia.travel/ru\\_RU/%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%8F](https://georgia.travel/ru_RU/%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%8F)

ფერი (პანამა, ჩილე), შავი – გლოვის ფერი (ევროპა); ფოლკლორული, ისტორიული და ლიტერატურული ალუზიები (მინიშნებები, ქცევები, ხასიათი, ქმედებები და სხვა ისტორიული, ფოლკლორული თუ ლიტერატურული გმირები, ისტორიული მოვლენები, მითები, თქმულებები – «Пиррова победа», «Великий комбинатор» И. Ильфа и Е. Петрова, «Боливар не вынесет двоих» (О'Генри)), ენობრივი ალუზიები, რომელიც შეიცავს რომელიმე ფრაზეოლოგიზმის, აფორიზმის, გამოცანის მითითებას, «Человек — это звучит горько»,- „ადამიანი -ეს ჟღერს მწარედ“ «Пришел, увидел, поменял»- „მოვიდა, ნახა. გაცვალა.“ ხშირად რომელიმე ალუზიის, ციტატის ან ფრაზეოლოგიზმის გაგება განსაკუთრებულ სირთულეს წარმოადგენს თარჯიმნისთვის («in the middle» – «в трудном положении», „მძიმე მდგომარეობაში“ «all is fair in love and war» – «в любви и на войне все средства хороши», „სიყვარულსა და ბრძოლაში ყველა ხერხი კარგია“ და სხვა).

ამრიგად, ზემოთ განხილული საკითხებიდან გამომდინარე შეიძლება, გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

1. ყველა განმარტება თარგმანის შესახებ ერთმანეთის მსგავსია, მაგრამ ლინგვისტები სხვადასხვანაირად აღიქვამენ თარგმანის ხარისხს. დავა მიმდინარეობს სათარგმნი ერთეულების ეკვივალენტობის შესახებ საწყის ენასა და თარგმანის ენას შორის, რა დროსაც მთარგმნელი აწყდება გარკვეულ ბარიერს უთარგმნელი სიტყვების სახით;
2. მივდივართ ერთ ჭეშმარიტებამდე, რომ თარგმანი არის კულტურა, კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომლის უმთავრესი დანიშნულებაა, გააცნოს სხვადასხვა ხალხის კულტურები ერთმანეთს;
3. რომ მთარგმნელებმა წყარო ტექსტის ანალიზის პროცესში უნდა შეძლონ პირველ რიგში კულტურული კონცეპტების გამოვლენა და შემდეგ უკვე სწორი სტრატეგიებისა და მეთოდების გამოყენება მათი თარგმნის დროს. უფრო მეტიც, მათ უნდა იცოდნენ, როგორ შეინარჩუნონ ტექსტის შინაარსობრივი და სტილისტიკური მხარე ისე, რომ მკითხველმა ისეთივე სიამოვნება მიიღოს მისგან, როგორც ორიგინალი ტექსტისგან.

4. თარგმნის პროცესის მოდელირებისას აუცილებელია, გავითვალისწინოთ სიტუაციის ხასიათი, რაც გაგვიადვილებს ტექსტის აღქმას.

მნიშვნელოვანია გამოთქმის ორგანიზების ასპექტებიც: 1. ლოკუცია locution; ილოკუცია illocution; 3. პერლოკუცია perlocution, რომელთაც განსაკუთრებულად დიდი მნიშვნელობა ენიჭებათ წერითსა და ზეპირ თარგმანებში.

ასევე მიმოვიხილეთ მედიატექსტების ტრანსლატოლოგიური პრობლემები, რითაც შევძელით დაგვესკვნა, რომ მათს ზუსტ თარგმანს არსებითი მნიშვნელობა აქვს აზრის სწორად გაგებისთვის, რამეთუ მედიატექსტის უმთავრესი ამოცანა მასობრივ ცნობიერებაზე გავლენის მოხდენაა, თუმცა დავრწმუნდით იმაშიც, რომ მედიატექსტებში არსებული რეალიების გათავისება აუცილებელია იმ შემთხვევაში, თუ მისი ზუსტი შესატყვისი არ არსებობს მიმღებ ენაში.

## თავი III

### მედიატექსტის ლინგვოსტილისტიკური თავისებურებები

მედიატექსტი თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებაა, ჩვენი ინტერესის სფეროს კი მედიატექსტების თარგმანთან დაკავშირებული მთარგმნელობითი პრობლემებია, რომლებიც განაპირობებს ჩვენი საკვლევი თემის აქტუალურობასაც.

წინამდებარე თავში მიმოვიხილავთ საგაზეთო და პუბლიცისტურ სტილს და მათს ლინგვისტურ თავისებურებებს.

დასახული მიზნის მისაღწევად ჩვენ დავისახეთ შემდეგი ამოცანები: 1. არსებული სამეცნიერო ლიტერატურის საფუძველზე განვიხილოთ /განვსაზღვროთ „მედიატექსტის“ არსი, „პუბლიცისტური სტილი“; 2. აღვწეროთ პუბლიცისტური სტილის თავისებურებები სტილთა სისტემაში.

მიმოვიხილოთ მედიატექსტის გადათარგმნის თავისებურებები. დასახული ამოცანის გადაჭრის მიზნით გამოვიყენეთ აღწერის მეთოდი; პარალელური ტექსტების მეთოდი და თარგმნის ანალიზი.

#### 3.1. მედიატექსტის გადათარგმნის სპეციფიკა

მთარგმნელის პრაქტიკული მუშაობისთვის არსებითად გვევლინება ინგლისური მედიატექსტის შემდეგი მახასიათებლები:

- სასაუბრო-ფამილიარული ხასიათი;
- სტილის შეფერადება ჟარგონიზმების, პერიფრაზებისა და ა.შ. გამოყენებით;

- ტიტულების და მიმართვების ოფიციალურობა;
- განსაკუთრებული ხასიათი საგაზეთო სათაურებისა;
- აბზაცების გამოყოფის განსაკუთრებული მეთოდი;
- საგაზეთო-ინფორმაციული მასალების ლექსიკური თავისებურებები;
- ტერმინების გამოყენება.

ინგლისურსა და ამერიკულ საგაზეთო მასალებში ქართული/რუსული ენისგან განსხვავებით, მიღებულია სასაუბრო ტერმინის გამოყენება. გასაკვირია ის

ფამილიარობა (მოურიდელობა), რომელსაც ინგლისური და ამერიკული ბეჭდვითი ორგანოები გამოხატავენ სახელმწიფო მოღვაწეების მიმართ; ხშირად სახელმწიფოს ხელმძღვანელებს და მინისტრებს გაზეთებში ეძახიან Bob Kennedy-ს (Robert F. Kennedy), მათი გვარები მოურიდელად იკვეცება: Mac (Macmillan) და მისთანები.

ყველა ეს ფამილიარულ-სასაუბრო ფორმა დიდი ხანია მისაღებია ინგლისელი მკითხველისთვის. თუ ამ ფორმას შევინარჩუნებთ, მაგალითად, რუსულად თარგმნისას, ის რუს მკითხველზე მოახდენს არასახარბიელო შთაბეჭდილებას თავისი მიუღებლობით, რითაც დაირღვევა ორიგინალის სტილისტიკური შეფერილობა, ვინაიდან ინგლისელი მკითხველისთვის ჩვეულებრივი ტექსტი გადმოიცემა უჩვეულო რუსული ტექსტით, რომელსა რუსი მკითხველი მიიღებს, როგორც მსუბუქ აზროვნებასა და უადგილო მოურიდელობას.

ამიტომაც უფრო მართებული იქნება, მთლიანობაში, ჟანრის ხასიათის ადეკვატურად გადმოცემის მიზნით, უარი ეთქვას ასეთ ჟანრობრივ თავისებურებებს იმისთვის, რომ თუ ინგლისურად ეს მასალა არის ინფორმაციულ-აღწერილობითი ჟანრისა, მაშინ თარგმანი რუსულ ენაზე უნდა ფლობდეს ჟანრისთვის დამახასიათებელ ყველა იმ თვისებას.

საინფორმაციო-განხილვით მასალებში ინგლისურსა და ამერიკულ გაზეთებში გვაქვს პოლიტიკური მოღვაწეების ტიტულების მითითება დაუნდობელი კრიტიკის ქარცეცხლში გატარების დროსაც კი. თუ პოლიტიკური მოღვაწის გვარი დასახელებულია ტიტულის ან დაკავებული თანამდებობის მითითების გარეშე, მაშინ გვარის წინ ყოველთვის ისმება შეკვეცილი Mr. ან Mrs. ამგვარად, ადენაუერი - ის ყოველთვის Chancellor Adenauer ან დოქტორი ადენაუერია. მაკმილანი - Mr. Macmillan, დე გოლი - General De Gaulle, ჩერჩილი - Sir Winston Churchill (ან Sir Winston). ყველა ამ ტიტულს აქვს ფორმალური მნიშვნელობა და არავითარ შემთხვევაში არ გამოხატავს სტატიის ავტორის განსაკუთრებულ პატივისცემას თუ მოწიწებას ხსენებული პიროვნებებისადმი, ამიტომაც, როგორც წესი, გადათარგმნის დროს ეს ტიტულები გამოიტოვება, გამონაკლისს წარმოადგენს ოფიციალური ტექსტები, სადაც ისინი (ტიტულები) ითარგმნება, მათ შორის - Mr. და Mrs-იც



შესაბამისად ითარგმნება, როგორც ბატონი და ქალბატონი და არა „მისტერ“ და „მისის“.

Mr. FoxMary was young, and Lady Mary was fair. She had two brothers, and more lovers than she could count.

Мистер Фокс Леди Мери была молода. Леди Мери была прекрасна. У нее было два брата, а поклонников - не сосчитать<sup>8</sup>.

საინფორმაციო-აღწერილობითი მასალების მთარგმნელს ხშირად უწევს შეჯახება ამ ჟანრის მასალების კიდევ ერთ თავისებურებასთან. ინგლისურსა და ამერიკულ გაზეთებში, როგორც ჩანს, ტექნიკური მიზეზების გამო, თითქმის ყველა წინადადება იკრიბება ახალი ხაზიდან, ბუნებრივია, მთარგმნელმა მექანიკურად არ უნდა ასახოს მიმღებ ენაში ინგლისური ტექსტის აბზაცები, იმის შეუმოწმებლად, თუ რამდენადაა ლოგიკურად გამართლებული ყოველი მათგანი. ამით საგაზეთო ტექსტის თარგმანები განსხვავდება საჟურნალო სტატიების ან წიგნების თარგმანებისგან, სადაც აბზაცებად დაყოფა ამწყობის დაუდევრობისგან არ მომდინარეობს, არამედ ზუსტად და ზედმიწევნით განისაზღვრება თვით ავტორისგან.

საგაზეთო-საინფორმაციო სტილისთვის დამასახიათებელია „მზა ფორმულის“ ან კლიშეს ფართოდ გამოყენება. ჩვენ აქ ვპოულობთ, როგორც მრავალრიცხოვან წამყვან ბრუნვას, რომლებიც მიუთითებს ინფორმაციის წყაროზე (it is reported it is claimed; our correspondent reports from according to well-informed sources); მდგრადი კავშირი წაშლად გამოსახულებასთან (to set the tone; to throw light; to lay the corner-stone; to give the lie).

საგაზეთო სტატიების ბევრი მკვლევარი აღნიშნავს, რომ ციტატა უხვადაა. საგაზეთო საშუალებათა ერთ-ერთი სპეციფიკური მეთოდია – „უსიტყვო“, არაზუსტი, შეკვეცილი გადაცემა აზრისა, რომელსაც იყენებს ჟურნალისტი ბრჭყალებში; ასეთ შემთხვევაში ციტირებული სიტყვა იწერება ბრჭყალების გარეშე. მსგავს სიტყვას უწოდებენ **პირდაპირს**, „აღუნიშნავს“ ან „ადაპტირებულს“, მაგრამ არის პირდაპირი სიტყვა ხშირად ჩაისმის ბრჭყალებში. სიტყვები, რომელიც შედის სხვისი სიტყვების

---

<sup>8</sup> <http://www.authorama.com/english-fairy-tales-30.html>

შემადგენლობაში, შეიძლება, შეიცავდეს შეფასებით კონოტაციას. ზოგჯერ თვითონ ციტატაში, რომელიც მოცემულია ბრჭყალებში, ამა თუ იმ გამონათქვამის არსი გადაკეთებულია.

მედიატექსტში ხშირად გვხვდება მრავალმნიშვნელოვანი ტერმინები. ტერმინ-სინონიმები, შეკვეცილი ტერმინ-დასახელებები. state Both hte and federal autharity are bent in establishing a police state. პირველ შემთხვევაში ტერმინი state დგას განმარტებასთან „ფედერალური“ ერთ რიგში და უეჭველად ნიშნავს შტატის მთავრობას განსხვავებით მთელი ქვეყნის მთავრობისგან. მეორე შემთხვევაში state: გამოყენებულია სახელმწიფოს მნიშვნელობით. ტერმინი congressman-, რომელსაც შეიძლება, ჰქონდეს უფრო ფართო დანიშნულება- „ამერიკული კონგრესის წევრი“ ან უფრო ვიწრო - „წარმომადგენლობით პალატის წევრი“ (აშშ-ს კონგრესის): last year a numder of American Senators and Congressmen visited Russia. Congressmen-ის მნიშვნელობასთან ერთად მის ვიწრო დანიშნულებაში გამოიყენება და სინონიმი Representative. ზოგიერთი ორგანიზაციის წესდებას შეიძლება, ინგლისურად დავარქვათ Regulations, Rule Constitution, Statutes ან charter. ფართოდ ცნობილი ტერმინები ტექსტში ხშირად გამოიყენება შეკვეცილი ფორმით: Youth also virtually from Congress, theaverage age of member of hte Senate being 56 years and of House 51 years აქ შემოკლებული House გამოყენებულია ფართო ტერმინის House of Representatives-ს მაგივრად.

ამგვარად, ინგლისური მედიატექსტების გადათარგმნა გამოირჩევა მნიშვნელოვანი, თუმცა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული პარალელიზმით. ორიგინალის უმეტესი სიტყვები შეიძლება თარგმანში ჩავანაცვლოთ მიახლოებითი შინაარსის მქონე შესაბამისი სიტყვებით.

სინტაქსური ტრანსფორმაციები ხშირად სტრუქტურას ეხება, წინადადება ორ დამოუკიდებელ წინადადებად იყოფა.

მორფოლოგიური ტრანსფორმაციის გამოყენების თვალსაზრისით უფრო გავრცელებული აღმოჩნდა ზმნის ფორმების ტრანსფორმაცია სტილისტიკური ფუნქციის შესასრულებლად.

ლექსიკურ გარდაქმნათაგან ხშირად გამოიყენება აღწერითი თარგმანი.

ჩვენი შეხედულებით, თარგმნითი ტრანსფორმაციის არჩევა, ასევე, მათი გამოყენების მოცულობა მთლიანად დამოკიდებულია მთარგმნელის ინდივიდუალურ სტილზე.

### 3.2. საგაზეთო სტილის ლინგვისტიკური თავისებურებანი

გაზეთი ინფორმაციის წყარო და დარწმუნების საშუალებაა. ის გათვლილია მასობრივ არაორდინარულ აუდიტორიაზე, რომელსაც ის არწმუნებს და აიძულებს მის წაკითხვას. ის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო და საინფორმაციო წყაროა.

საგაზეთო სტილი პუბლიცისტური სტილის სახეობაა. მისი მიზანია, უახლესი ინფორმაცია მიაწოდოს მკითხველს. საგაზეთო ლექსიკაში საკუთარი სახელები: ტოპონიმების, ანტროპონიმების, დასახელებული დაწესებულებების, ორგანიზაციების დასახელებანი ყველაზე ხშირია სხვა სტილებთან შედარებით. ემოციურ ლექსიკას სჭარბობს შეფასებითი და ექსპრესიული ლექსიკა. ეს შეფასება ხშირად თავს იჩენს სახასიათო ლექსიკის არჩევისასაც.

გაზეთები იყოფა:

- ტერიტორიული გავრცელების პრინციპით და აუდიტორიის ჩაბმით - საერთონაციონალური, რეგიონული (რესპუბლიკური, საოლქო, სამხარეო); ადგილობრივი (საქალაქო, რაიონული), შიგაკორპორაციული (განსაზღვრულ ორგანიზაციაში თანამშრომლებთან მიმართვა).
- თემატური: საქმიანი, საერთოპოლიტიკური, დარგობრივი, სარეკლამო-ინფორმაციული, გასართობი, შერეული; ასევე ასაკობრივი პრინციპით (საბავშვო, ახალგაზრდული გაზეთები). გაზეთები პენსიონერ-თათვის და ა.შ.;
- პერიოდული: ყოველდღიური (დილით ან საღამოს), ყოველკვირეული, ყოველთვიური;
- ფორმატი: A4; A3; A2;
- გაფორმების სტილი: ფერადი, შავ-თეთრი და შავ-თეთრი ფერადი ჩანართებით;

- ფასი: ფასიანი და უფასო.

ა.ი. გალპერინი აღნიშნავს, რომ ინგლისურენოვან გაზეთებში ტექსტები არ შეიცავს ავტორის შეფასებებს. ის წარმოდგენილია საინფორმაციო ხასიათის სიახლეების გადაცემაში. ავტორის შეფასებები არის კომენტატორების სტატიებში, სარედაქციო სვეტებში. ამ მასალებში სუბიექტური აზრი არის გამოხატული.

ინგლისურენოვანი საგაზეთო სტილი ხასიათდება პოლიტიკური და ეკონომიკური ტექნოლოგიის გამოყენებით. საინფორმაციო გადაცემების გრამატიკულ თავისებურებებს წარმოადგენს რთული სინტაქსური კონსტრუქციების სიმრავლე, რაც დაფუძნებულია იმაზე, რომ უფრო მოკლედ გადაიცეს დიდი რაოდენობის ფაქტები.

ინგლისური გაზეთებია:

- **საერთონაციონალური გაზეთები** (National newspapers). ეს ის გაზეთებია, რომლებიც ყოველდღიურად იგზავნება ქვეყნის ყველა რეგიონში ერთ დღეში.

**საერთო ნაციონალური გაზეთები იყოფა შემდეგ სახეებად:**

„**ხარისხიანი გაზეთები**“ (Quality newspapers). ისინი იბეჭდება დიდი ფორმატის ფურცლებზე. საფუძვლიანად იწერება ნაციონალურ ან საერთაშორისო სიახლეებზე, მიმდინარე პოლიტიკური, კულტურული მოვლენები გაანალიზდება სტატიებსა და ცნობებში;

„**პოპულარული გაზეთები**“ (Popular newspapers). ისინი იბეჭდება მცირე ფორმატზე, გადასცემენ შედარებით ნაკლებად სარწმუნო სიახლეებს, ძირითადად ბეჭდავენ სენსაციურ ან სკანდალურ მასალებს. ლექსიკური მარაგი ასეთი გაზეთებისა შეზღუდულია, აქცენტი კეთდება მასალის სწრაფ წაკითხვაზე.

„**რეგიონული გაზეთები**“ (Local newspapers). ესენია ნაკლებად ცნობილი ადგილობრივი გაზეთები: “The Scotsman” (ედინბურგი) და “Glasgow Herald” - შოტლანდიაში, “Western Mail” კარდიფში, უელსში და “Yorkshire Post” (კიდსი)-ს ინგლისში აქვს პრესტიჟი და დიდი ტირაჟი, არა მარტო თავის რეგიონში, არამედ მთელ ქვეყანაში.

### *პერიოდული ჟურნალები და გამოცემები.*

იგი მოიცავს საქმიანი ინტერესების, პროფესიის, სპორტის სახეობების, გატაცებისა და განსხვავებული ინტერესის საკმაოდ დიდ არეალს; გათვალისწინებულია სხვადასხვა ბაზრისა და განათლების დონისთვის.

პრესტიჟულ ყოველკვირეულ ჟურნალებს შორის შეიძლება, გამოვეყნოთ “New Statesman and Society” (მემარცხენე პარტიების პოლიტიკური ჟურნალი, რომელიც, აგრეთვე, აკეთებს კომენტარებს საზოგადოებრივ მოვლენებზე). “Economist” (ეკონომიკური ჟურნალი), “Spectator” (კონსერვატიული ჟურნალი) და “New Scientist”. “The times” აკეთებს რამდენიმე გავლენიანი ყოველკვირეულის – “Educational Supplement”, “Higher Education Supplement” და “Literary Supplement” – პუბლიკაციებს.

ურთიერთობის სოციალური სიტუაცია გაზეთისთვის სავსებით სპეციფიკურია. გაზეთი არის ინფორმაციის და დარწმუნების საშუალება. ის გათვლილია მასობრივ და არაორდინალურ აუდიტორიაზე, რომელიც მან უნდა „დაიჭიროს“ და აიძულოს, წაიკითხოს.

გაზეთი იკითხება ისეთ პირობებში, სადაც ძნელია აზრისთვის თავის მოყრა: მაგ: მეტროში, მატარებელში, სამუშაოს შემდგომ დასვენებისას, სადილის შესვენებისას, თავისუფალი დროის მცირე მონაკვეთებით შევსებისას და ა.შ. აქედან წარმოიქმნება აუცილებლობა, როგორმე დავალაგოთ საგაზეთო ინფორმაცია, რომ გადავცეთ იგი სწრაფად და გადავცეთ მთავარი, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ჩანაწერი წაიკითხება ბოლომდე, მაგრამ მაინც უნდა მოახდინოს მკითხველზე გარკვეული ემოციური ზემოქმედება. ფაქტების გადაცემისას არ არის აუცილებელი მკითხველის წინასწარი მომზადება, ის უნდა იყოს კონტექსტიდან გამომდინარე, მინიმალური. ამასთან, ჩვეულებრივ განმეორებადი თემატიკის პარალელურად, გაზეთში ჩნდება პრაქტიკულად ყველანაირი თემატიკა, რატომღაც აქტუალური რომ გამხდარა. შემდგომ ეს სიტუაციები და არგუმენტები ისევ მეორდება. ეს განმეორებადობა და ის, რომ ჟურნალისტს ჩვეულებრივად დრო არ რჩება მასალის დაწვრილებითი გადამუშავებისთვის, ამიტომაც ხშირად მიმართავს შტამპებს. ყველაფერი ეს ქმნის საგაზეთო ტექსტის სტილის თავისებურებას.

საგაზეთო სტილი (ანუ პრესის ენა) არის პუბლიცისტიკური ტექსტის ერთ-ერთი ჟანრი. როგორც ცნობილია, საგაზეთო სტილის ძირითად კომუნიკაციურ ამოცანას წარმოადგენს, გადასცეს ინფორმაცია რეციპიენტს განსაზღვრული შეფასებითი პოზიციით. საგაზეთო ცნობებში პირველ ადგილზე არის სწორედ ზუსტი ინფორმაციის გადაცემა. სწორედ აქედან გამომდინარე, ხშირად გამოიყენება ტერმინოლოგია, მაგალითად,

A.D.H.D. (attention - deficit hyperactivity disorder) - ჰიპერაქტიური დარღვევა, რომელიც დაკავშირებულია ყურადღების გაფანტვასთან.

როგორც ცნობილია, ტერმინოლოგიის რუსულად ან ნებისმიერ სხვა ენაზე გადათარგმნა შედარებით ადვილია, რადგანაც ტერმინები ძირითადად არაა დამოკიდებული კონტექსტზე და იხმარება, როგორც მზა სიტყვები და სიტყვათა წყობა.

დასაბუთებული ინფორმაციისა და ზუსტი ფაქტების გადაცემისას საგაზეთო სტატიაში ხშირად არის მოხსენიებული ფართო მასებისთვის ცნობილი საკუთარი სახელები, მაგალითად, Barak Obama, Washington, The Great Depression, National Public Radio.

არაიშვიათია საკუთარი სახელების გამოყენება შეკვეცილი ფორმით, უპირველესად, გამომდინარე ცნობადობიდან, მაგალითად, L.A (Los Angeles), NYPost (New York Post), NIC (National Intelligence Council).

აღსანიშნავია სასაუბრო ლექსიკაში სლენგის, ჟარგონიზმის, დიალექტიზმის ხშირი გამოყენება, მაგალითად: With the Stock market plunging and the credit market entering a new freeze, cries are being heard for a new government intervention to prop up major financial institutions before President-elect Barack Obama takes office.

В связи с кризисом фондовой биржи и “заморозкой” кредитных банков стали появляться Призывы о поддержке главных финансовых учреждений новым правительством, пока не вступил в должность выбранный президент Барак Обама. საფონდო ფირმის კრიზისსა და საკრედიტო ბანკების „გაყინვასთან“ დაკავშირებით გამოჩნდა მოწოდებები. ესაა ახალი მთავრობის დახმარება მთავარი ფინანსური დაწესებულებების მხრიდან, სანამ არ დაიკავებს თანამდებობას ახლად არჩეული

პრეზიდენტი, ბარაკ ობამა... the unofficial kick off of the hoop auto show season - ავტომოუ 2009-ის არაოფიციალური სტარტი.

საგაზეთო სტილში, ისე როგორც ყველა პუბლიცისტურ ტექსტში, ფრაზეოლოგია არის დიდი რაოდენობით. მაგალითად, to patch holes - შეავსოს ხარვეზი, the nickel and diming - არ ითხოვს დიდ ხარჯებს; for a rainy day - შავი დღისთვის.

ფრაზეოლოგიას შეიძლება მიეკუთვნოს სხვადასხვა კლიშე, სახელდობრ, შესაყვანი ბრუნვები (in the same way, it is reported), სანიმუშო კლიშე (to bring to light), პოლიტიკურად მყარი ბრუნვები (depressed shares, an economic impact)

მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საგაზეთო სტილის განსაკუთრებულობას, რომელიც დაკავშირებულია სტატიების დასათაურებასთან.

– საგაზეთო სათაურების თავისებურებების გათვალისწინებით მათი თარგმნა მნიშვნელოვან სირთულეს წარმოადგენს.

– საგაზეთო სტატიის სათაურის მთავარი დანიშნულებაა, დაინტერესოს მკითხველი, მიიქციოს ყურადღება გამოქვეყნებული მასალის მიმართ;

– სათაური სტატიის შინაარსს მოკლედ უნდა გადმოსცემდეს და გამოყოფდეს მნიშვნელოვან ფაქტებს;

– სათაურმა უნდა დაარწმუნოს მკითხველი, შთააგონოს მასალის მთავარი იდეა.

სტატიების დასათაურებაში შეიძლება, დავაკვირდეთ სასაუბრო სტილის ხშირ გამოყენებას. მაგალითად, Amid poverty and hunger, armis fight to grab wealth of mines and forests. სამხედროებს სურთ, მიითვისონ შახტები და ტყეები, რომლებიც აქვთ ღარიბებს.

გარდა ამისა, საგაზეთო სტატიების დასათაურებაში საინტერესოა, გამოვიყენოთ მრავალმნიშვნელოვანი სიტყვები. როგორც ცნობილია, ერთსა და იმავე სიტყვას სათაურში შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა ლექსიკური დანიშნულება, მაგალითად: Green Gets a Holiday Update - გამწვანება შექმნის დღესასწაულს სრულყოფილს.

გრამატიკის მიხედვით, საგაზეთო სათაურებს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს მოცემული საკითხების კვლევისას.

გამომდინარე ზემოთ ჩამოთვლილთაგან, შეიძლება, გამოვიტანოთ დასკვნა, რომ ტექსტის საგაზეთო ტექსტი ფლობს იმავე ლექსიკურ, მორფოლოგიურსა და სინტაქსურ თავისებურებებს, რომლებსაც პუბლიცისტური სტილი. ერთადერთი განსხვავება გამოყენებული მაგალითების რაოდენობაა.

იმასთან დაკავშირებით, რომ ტექსტის საგაზეთო სტილში პირველ პლანზეა დასაბუთებული და აქტუალური ინფორმაციის გადაცემა, აქვე შესაძლებელია, შევნიშნოთ საკუთარ სახელთა და ტოპონიმთა სიუხვე, ხშირ შემთხვევაში შემოკლებული სახით ან აბრევიატურის და ტერმინთა დიდი რაოდენობით გამოყენება. აღსანიშნავია ისიც, რომ ესთეტიკური და ემოციური ინფორმაციის გადაცემისას განსაკუთრებულად ხშირია სასაუბრო ლექსიკისა და ფრაზეოლოგიური ერთეულების გამოყენება კლიშეების სახით.

საგაზეთო სტილისთვის სახასიათოა:

- მობილურობა – გაზეთი შეიძლება იკითხო როგორც სახლში, ისე ნებისმიერ სხვა ადგილას;
- საერთო ხელმისაწვდომობა – გაზეთი დანიშნულია განუსაზღვრელი წრის პირებისთვის, მკითხველი შეიძლება გახდეს ნებისმიერი;
- პერიოდულობა – გაზეთი მიეკუთვნება პერიოდულ გამოცემას, რომელიც გამოდის გამომცემლობის მიერ დაწესებული გრაფიკით. ამ ნიშნებით ის იყოფა ყოველდღიურად, ყოველკვირეულად, ყოველთვიურად (იშვიათი). არის გაზეთები, რომლებიც გამოდის კვირაში ორჯერ, ან სამჯერ, თვეში ორჯერ და ა.შ. არის კიდევ დილის და საღამოს გაზეთები;
- ოფიციალურობა – სხვადასხვა დონის სამთავრობო ორგანოს ბევრი გადაწყვეტილება (განკარგულებები, კანონები და მისთანები) ძალაში შედის მხოლოდ მათი ოფიციალური გამოქვეყნების შემდეგ გაზეთში ან სხვა ბეჭდვით ორგანოში.

საინტერესოა საგაზეთო სტატიების სათაურების ლექსიკა. აქ იკვეთება სალაპარაკო სტილის დომინანტობა (როგორც თვითონ საგაზეთო სტატიის ტექსტში).



თუ ვიმსჯელებთ საგაზეთო სათაურების გრამატიკაზე, შეიძლება ითქვას, ხშირია ზმნის აწმყო დრო (იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თხრობა უახლოეს წარსულშია), პასიური კონსტრუქციები და ა.შ.

ამრიგად, საგაზეთო სტილის ტექსტი პუბლიცისტური სტილის ლექსიკურ, მორფოლოგიურსა და სინტაქსურ თავისებურებებს შეიცავს. ერთადერთი განსხვავებაა ამ თავისებურებების სიხშირეა.

### 3.3. პუბლიცისტური სტილი სტილების სისტემაში

ყველა განვითარებულ ლიტერატურულ ენაში შეინიშნება ენობრივი გამომხატველობის კონკრეტული განსაზღვრული სისტემა. ასეთი სისტემიდან შეიძლება, გამოიყოს წამყვანი, მეტ-ნაკლებად შესამჩნევი და არსებითი თავისებურებანი. ენობრივი საშუალებების გამოყენების სისტემურობას მივყავართ იმ დასკვნამდე, რომ სხვადასხვა სფეროში განსხვავებულია ლექსიკა, გრამატიკული საშუალებანი, კონსტრუქციები. ასეთ სისტემას უწოდებენ სამეტყველო სტილს. სტილი საზოგადოებრივად გააზრებული და ფუნქციურად დასაბუთებული, გამოყენებულ მეთოდთა შინაგანად გაერთიანებული ერთობლიობაა.

ყველა სამეტყველო სტილს გააჩნია როგორც საერთო, ზოგადი, ისე კერძო თავისებურებანი.

ლათინურ ენაში არის ზმნა *publicare* – „გახდეს საერთო მისაწვდომი, ღია ყველასთვის“ ან „აიხსნას სახალხოდ, გასაჯაროვდეს“. სწორედ ამასთანაა დაკავშირებული სიტყვა პუბლიცისტიკა.

პუბლიცისტიკა – ეს ლიტერატურული ნაწარმოების განსაკუთრებული ტიპია, რომელშიც გაშუქებულია, ახსნილია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების აქტუალური საკითხები, წინა პლანზე წამოწეულია ზნეობრივი პრობლემები, ასევე ეკონომიკური, ეკოლოგიური საკითხები.

პუბლიცისტიკური სტილი გამოიყენება მოღვაწეობის საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ სფეროში. ეს არის საგაზეთო, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ჟურნალების, პროპაგანდისტული რადიო-ტელეგადაცემების, გამომსვლელთა ენა

კრებებზე, მიტინგებზე, ზეიმებსა და მისთანები. პუბლიცისტური სტილი არის სამეტყველო მოღვაწეობა პოლიტიკის სფეროში მისი ყველანაირი დანიშნულებით. პუბლიცისტური სტილის ძირეული დანიშნულება გათვლილია არა მარტო გადაცემებზე, ინფორმაციასა და ლოგიკურ დასაბუთებაზე, არამედ მსმენლის ემოციურ ზემოქმედებაზე (აუდიტორიაზე).

პუბლიცისტური ნაწარმოების სახასიათო თავისებურებად გვევლინება პრობლემის აქტუალობა, პოლიტიკური ჟინი, გამომსახველობა და სიმწვავე. ისინი დაფუძნებულია პუბლიკაციის სოციალურ დანიშნულებაზე, ფაქტების შეტყობინებით ჩამოყალიბდეს საზოგადოებრივი აზრი, აქტიურად იმოქმედოს შეგნებაზე, გრძნობებსა და ადამიანის აზროვნებაზე.

პუბლიცისტური სტილი წარმოდგენილია მრავალი ჟანრით: 1. საგაზეთო: ნარკვევი, სტატია, ფელეტონი, რეპორტაჟი; 2. სატელევიზიო-ანალიტიკური პროგრამა, საინფორმაციო გადაცემა, დიალოგი პირდაპირ ეთერში; 3. ორატორული: გამოსვლა მიტინგზე, სადღეგრძელო წვეულებაზე, დებატები ტელევიზიით ან საჯარო სივრცეში; 4. კომუნიკაციური: პრესკონფერენცია, არაოფიციალური შეხვედრები; სარეკლამო – ნარკვევი, განცხადება, პლაკატი, ლოზუნგი.

ვ. ვ. ვინოგრადოვი გამოყოფს პუბლიცისტური სტილის კომუნიკაციურ, ექსპრესიულსა და ესთეტიკურ ფუნქციებს.

კომუნიკაციური ფუნქცია არის ენის მთავარი ფუნქცია და გამოვლინება ყველა მის ფორმაში. ვინაიდან პუბლიცისტური სტილი ფუნქციონირებს ურთიერთდამოკიდებულების სფეროში სხვადასხვა საზოგადოებრივ ჯგუფს შორის, მისი როლი უდიდესია საზოგადოებრივი კომუნიკაციისთვის, პუბლიცისტური სტილის კომუნიკაციურობა ისაა, რომ მისი ტექსტები იქმნება შიგამოხმარებისთვის და არაერთი კონკრეტული ადრესატისთვის (თუმცა ამ შემთხვევაშიც კომუნიკაციური ასპექტი თანმხლებია), არამედ მაქსიმალურად ფართო აუდიტორიისთვის. იმყოფება რა ავტორი ადრესატისგან შორს, ცდილობს, თავისი პუბლიცისტური ტექსტით მიუახლოვდეს მას დროში, დაინტერესოს ინფორმაციის თემატიკით, ასევე, სამეტყველო, სტილისტიკური თავისებურებებით. კომუნიკაციას, სავარაუდოდ, აქვს

უკუკავშირი – ადრესატის პასუხი. ამ მოცემული სტილისთვის უკუკავშირი აშკარად ხორციელდება საჯარო დისკუსიაში და – არა მარტო.

გაზეთისთვის უკუკავშირი არის მკითხველების წერილები, თანამდებობის პირების პასუხები, სტატიები, რომლებიც იგზავნება წინა პუბლიკაციების პასუხად. რადიო და ტელევიზია წერილებიდან გადავიდა მსმენელებისა და მაყურებლების სატელეფონო ზარებზე, რითაც გადაცემების დროს შეუძლიათ, დასვან კითხვები, გამოთქვან თავიანთი აზრი, მოჰყვენ მათთვის ცნობილ მოვლენათა შესახებ. მათ იწვევენ სტუდიაში ტელეგადაცემების გადაღების დროს. თანამედროვე ინტერაქტიული ტელევიზია ეძებს მაყურებელთან კონტაქტის ახალ ფორმას.

ენის ექსპრესიული ფუნქცია საშუალებას აძლევს მოსაუბრეს, გამოხატოს თავისი გრძნობა. პუბლიცისტური სტილი აშკარად გამოხატავს ავტორის პიროვნებას, განსხვავდება გამომხატველობითი და ავტორის ემოციური, შეფერადებული დამოკიდებულებით ჩამოყალიბებული ფაქტების მიმართ, მაგრამ ყველა პუბლიცისტური ტექსტი არაა ექსპრესიული: ის მეტ-ნაკლებად მისადაგებულია საინფორმაციო ცნობას და უფრო ტიპურია ნარკვევის ან პამფლეტისთვის. ტელევიზიაში ემოციურობა ნაკლებად სახასიათოა საინფორმაციო გამოშვებისთვის და აუცილებელია ტოკშოუებისთვის.

მოგიყვანთ საგაზეთო სტატიათა სათაურების ექსპრესიულობის რამდენიმე მაგალითს:

„ძველი ვაგონი ახლებურად. მოსკოვი არ ემშვიდობება ჩეხურ ტრამვაის“,

„სოკოს მკრეფავი ცდება ერთხელ“,

„ერთგული ძვირფასი ამხანაგი! სოციალიზმის სამი საათი სამ სადგურზე“.

მოცემული სათაურები არა მხოლოდ აღნიშნავენ შეტყობინების ფორმებს, არამედ ემოციურად ახასიათებენ სიტუაციას, რაზედაც გვიყვება ჩანაწერი.

პუბლიცისტური ტექსტის ესთეტიკური ფუნქცია წარმოადგენს ავტორის მიზანს, რომ გადაცემამ თავისი ფორმით შინაარსთან ერთად დააკმაყოფილოს ადრესატის ესთეტიკური გრძნობები.

განვიხილოთ პუბლიცისტური სტილის ლექსიკის თავისებურებები:

1. პუბლიცისტურ სტილში ყოველთვის არსებობს მზა, სტანდარტული ფორმულები, რომლებიც არა ინდივიდუალურ-ავტორისეულ, არამედ სოციალურ ხასიათს ატარებს: **მხურვალე მხარდაჭერა, მყისიერი გამოძახილი, მკვეთრი კრიტიკა, ელემენტალური წესრიგის დამყარება და სხვა.** ამ კლიშეების მრავალჯერადი გამეორებით იქმნება შტამპები, მაგ: **ძირეული გარდაქმნები, რადიკალური რეფორმები.**

2. სამეტყველო მაგალითები აირეკლავს დროის ხასიათს. ბევრი კლიშე უკვე მოძველდა, მაგალითად: **იმპერიალიზმის ვეშაპები, ზრდის ავადმყოფობა, ხალხის მსახური, ხალხის მტერი.** პირიქით, 90-იანი წლების ბოლოს ოფიციალური პრესისთვის ახალმოდური გახდა სიტყვები და გამოთქმები: **ელიტა, ელიტის ბრძოლა, კრიმინალური სამყაროს ელიტა, მაღალი ფინანსური ელიტა, გახსნილობა, ვირტუალური, იმიჯი, მნიშვნელოვანი ფიგურა, უმოძრაობის ნაყოფი, ხის მანეთი, სიცრუის ინექცია.**

პუბლიცისტურ ტექსტში ბევრი სამეტყველო კლიშე შევიდა ფრაზეოლოგიის შემადგენლობაში, მაგ.: **მშვიდობიანი სვლა, დიქტატის ძალა, პროგრესის გზები, უსაფრთხოების საკითხები, წინადადებების პაკეტი.**

2. დამოკიდებულება მომწოდებელსა და ადრესატს შორის პუბლიცისტურ სტილში ისეთივეა, როგორიც ვტორსა და მაცურებელს შორის. „თეატრალური“ ლექსიკა –ესაა მეორე ნათელი ნიშანი პუბლიცისტური სტილისა. ის განფენილია ყველა პუბლიცისტურ ტექსტში: **პოლიტიკური შოუ, პოლიტიკურ არენაზე, ბრძოლა კულუარებს მიღმა, ლიდერის როლი, დრამატული მოვლენები, პოლიტიკაში ცნობილი ტრიუკი, კომმარული სცენარი და სხვა.**

3. პუბლიცისტური სტილის თავისებურებად წარმოგვიდგება ემოციურ-შემფასებლური ლექსიკა. ეს ატარებს არა ინდივიდუალურ, არამედ სოციალურ ხასიათს. მაგალითად, დადებითი შეფასების სიტყვები: **აქტივი, გულმოწყალება, ფიქრები, შრომა, აყვავება;** უარყოფითი შეფასების სიტყვები: **დანერგვა, მფლობელობა, საბოტაჟი;**

4. პუბლიცისტურ სტილში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ლექსიკას, რომელსაც აქვს საზეიმო, სამოქალაქო, პათეტიკური, რიტორიკული შეფერილობა.

ღვაწლი, შექმნა, თავგანწირვა, მებრძოლობა, სამშობლო, – ეს პათეტიკურობა ტექსტს ძველი სლავიანიზმის გამოყენების საშუალებას აძლევს: **აღსრულება, სახელმწიფო ძლევამოსილება, გუშაგი** და ა. შ.

5. პუბლიცისტური სტილის ტექსტებში ხშირად გამოიყენება სამხედრო ტერმინოლოგია: **გვარდია, სიმაღლის შტურმი, წინა ხაზი, ცეცხლის ხაზი, პირდაპირი დამიზნება, სტრატეგია, რეზერვების მობილიზაცია**. ესენი გამოიყენება არაპირდაპირი გაგებით, გადატანითი მნიშვნელობით (მოსავლის აღების, წარმოების ახალი ობიექტების მწყობრში ჩაყენების შესახებ...);

6. შეფასების საშუალებად შეიძლება შეგვხვდეს პასიური ლექსიკა, არქაიზმი. მაგალითად: დოლარი და მისი მკურნალი; სამხედრო მოგება იზრდება;

ვ. ვ. ვინოგრადოვის მიხედვით პუბლიცისტური სტილის მორფოლოგიური ნიშნებია მეტყველების ნაწილების ამ თუ იმ გრამატიკული ფორმის ხშირი გამოყენება.

ესენია:

1. არსებითი სახელის მხოლოდითი რიცხვი მრავლობითის მნიშვნელობით: რუსი ხალხი ყოველთვის გამოირჩეოდა ამტანიანობით; მასწავლებელმა ყოველთვის იცის სტუდენტი.

2. არსებითი სახელის სახელობითი ბრუნვა: ცვლილებების დრო, წინადადებების პაკეტი; ფასების რეფორმა, კრიზისიდან გამოსვლა და სხვა.

3. ზმნების იმპერატიული ფორმები: დარჩით ჩვენთან, პირველ არხზე;

4. ზმნის ახლანდელი დრო: მოსკოვში იხსნება, 3 აპრილს იწყება;

5. მიმღებობები (დაბოლოებით **омый**): ამყოლი (**водомый**), უწონო (**невесомый, влекомый**);

6. წარმოქმნილი ზედსართავები: სფერო-ში, გზა-ზე, ბაზა-ზე, სახელ-ით, ინტერესებში, გათვალისწინებ-ით, სამყარო-ში.

პუბლიცისტურ სტილში ხშირად გვხვდება განმეორებადი სპეციფიკური წინადადებები, სინტაქსური კონსტრუქციები). მათ რიცხვშია:

1. რიტორიკული კითხვები: გაუძლებს კი რუსი ადამიანი? უნდათ კი რუსებს ომი?

2. ძახილის წინადადებები: ყველანი არჩევნებზე!

3. სიტყვათა ინვერსიული წყობა: ებრძვის არმია ბუნებას (შევადართ არმია ებრძვის ბუნებას).

4. სტატიების სათაურები, ნარკვევები, რომლებიც ასრულებენ რეკლამის ფუნქციას: დიდი ფლოტი მცირე უბედურება. ზამთარი ცხელი სეზონია;

ხშირად გამოიყენება სპეციფიკური ენობრივი ხერხი ოქსიმორონი, ის საშუალებას იძლევა, მინიმალური ენობრივი საშუალებებით გახსნას საგნის შინაგანი წინააღმდეგობრიობა ან მოვლენა: **მშრომელი ზარმაცია, განმეორებითი განუმეორებელია, სამწუხარო მხიარულება, მჭევრმეტყველური დუმილი.**

როგორც ყველა სამეტყველო სტილი, პუბლიცისტური სტილი არ არის ერთნაირი. გამოიყოფა მისი ორი სახესხვაობა: **წერილობითი და ზეპირი.**

**წერილობით სახესხვაობას** მიეკუთვნება: ესეების, საგაზეთო სტატიების, ლიტერატურულ-კრიტიკული და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური საჟურნალო სტატიების, ნარკვევების და სხვათა ენა.

პუბლიცისტური სტილის **ზეპირ სახესხვაობას** მიეკუთვნება ორატორული სიტყვა, ასევე რადიოკომენტატორული მიმოხილვები.

პუბლიცისტური სტილი მთლიანად ექვემდებარება ერთ კონსტრუქციულ პრინციპს: **ექსპრესიის და სტანდარტების მონაცვლეობას.**

დამოკიდებულია რა ჟანრზე, პირველ ადგილზე გამოდის ხან ექსპრესია, ხან სტანდარტი. წინა პლანზე ექსპრესია გადმოდის ფელეტონებსა და სხვა ჟანრებში, საგაზეთო ჟანრის სტატიებში, ასევე ქრონიკებში ცნობები და ინფორმაცია სტანდარტულად გადმოიცემა.

სტანდარტები სხვადასხვა მიზეზის გამო (არამოტივირებული ჩართვა კომუნიკაციის ზონაში, ხანგრძლივი სიხშირით გამოყენება და ა. შ.) შეიძლება, გადაიქცეს სამეტყველო შტამპად. ეს, როგორც წესი, დაკავშირებულია მკვეთრი და ზუსტი სემანტიკის სტანდარტული ფორმულის დაკარგვასთან, აგრეთვე, იკარგება ექსპრესიულ-შეფასებითი ხარისხი, გადადის მისთვის უცნობ კომუნიკაციაში. მრავალჯერადი განმეორების შედეგად სტანდარტად გადაიქცა სიტყვა **პლურალიზმი** (აზრის პლურალიზმი, პოლიტიკური პლურალიზმი), ამან ყურადღება მიიქცია მე-20

საუკუნის 80-იანი წლების ბოლოს. ასეთივეა სიტყვა **ძირეული** (ძირეული გარდასახვა, ძირეული გარდაქმნები, ძირეული პრობლემები), რადიკალური (რადიკალური აზრი, რადიკალური რეფორმები, რადიკალური ცვლილებები).

ამ სტილის ჩარჩოებში ბევრი სიტყვა და გამოთქმა გამოიყენება გადატანითი მნიშვნელობით. მაგალითად, სიტყვებს: ნაბიჯი, სიგნალი, შეთითხნილი, სკოლა, პაკეტი (**ჩუმი ნაბიჯები, განგაშის სიგნალი, სახლში ნათითხნი, სკოლის ცოდნა, რძის პაკეტი**) არ აქვთ მხატვრული შეფერილობა. გადატანითი მნიშვნელობით გამოყენებისას კი (**პრაქტიკული ნაბიჯები, სიგნალი წარმოებიდან, ნაციონალისტურად შეთითხნილი, გადარჩენის სკოლა, მშვიდობიანი წინადადებების პაკეტი**) ისინი ამას იძენენ. გამოთქმები: ჯაჭვზე მობმული ძალია; მეკობრული ქმედება; ნოკაუტის მიღება, – არ ითვლება ფრაზეოლოგიზმებად. მათი გამოყენება გადატანითი მნიშვნელობით კი ფრაზეოლოგიზაციაა.

გადატანითი მნიშვნელობით პუბლიცისტიკაში ფართოდ გამოიყენება სამეცნიერო ტერმინები: **ატმოსფერო** (ნდობის ატმოსფერო), **პოზიტიური** (პოზიტიური შედეგები); ხელოვნება: **დუეტი** (ლიბერალებისა და კონსერვატორების დუეტი); **სპექტაკლი** (პოლიტიკური სპექტაკლი), **კულისები** (მოლაპარაკება კულისებს მიღმა); სამხედრო საქმე: **მწყობრი** (მწყობრში შეყვანა), **ფრონტი** (ბრძოლის ფრონტი), **კურსი** (ახალი პოლიტიკური კურსი); სპორტი: **რაუნდი** (შეხვედრის ბოლო რაუნდი), (მოლაპარაკების მორიგი ტური) და ა. შ. პუბლიცისტური ლექსიკის სახასიათო თავისებურებად ითვლება მათი ემოციურ-შემფასებლური, ექსპრესიული ხასიათი და სოციალურობა.

ერთი მხრივ, პუბლიცისტურ სტილში არის დადებითი კონოტაციის სიტყვები (აქტივი, სათნოება, მოღვაწე, მშრომელი, კეთილდღეობა, ქველმოქმედება, ზრახვები, თვითშეწირულობა, აყვავება და ა. შ.). მეორე მხრივ, გვხვდება **უარყოფითი კონოტაციისა** (დაპყრობითი, დანერგვა მოგზაურობა, მიზიდვა, საბოტაჟი, დაქირავებულები და მისთანები).

სტილთა სისტემაში თანამედროვე რუსული ენის პუბლიცისტური სტილი იკავებს შუალედურ ადგილს სამეცნიერო სტილსა და მხატვრული მეტყველების სტილს შორს.

მეორე მხრივ, პუბლიცისტურ სტილს, განსაკუთრებით ესეებს, აქვს ბევრი საერთო მახასიათებელი მხატვრულ სიტყვასთან. სიტყვის გამომხატველობა და განსაკუთრებულად ენის ემოციური ელემენტები, ფრიად სახასიათოა პუბლიცისტური სტილისთვის. ემოციური ზემოქმედების საშუალებები, რომელიც გამოიყენება პუბლიცისტურ სტილში, ექვემდებარება რა საერთო კანონზომიერებას, არ ხასიათდებიან სიახლით და სუბიექტურობით, რომელიც ახასიათებს მხატვრული მეტყველების სტილს.

საგაზეთო და ჟურნალის პუბლიკაციებისთვის დამახასიათებელია საკუთრივ ემოციური სიტყვების, სიტყვებისა და გამოთქმების გადატანითი მნიშვნელობით გამოყენება (შავი ოქრო - ნავთობი), მახილის, კითხვითი და არასრული წინადადებები, ანუ ისეთი ლექსიკა და სინტაქსი, რომელიც გარკვეულ ემოციურ რეაქციას აღძრავს, ასევე გამოიყენება ჩვეულებრივი კლიშეები, სტერეოტიპული ფრაზები, საგაზეთო შტამპები, პოლიტიკური ტერმინები, სოციალური რეალიები და მისთანები.

ამგვარად, ჩვენ განვიხილეთ პუბლიცისტური სტილი, მისი თავისებურებები და შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მასში გამოიყენება, როგორც მწიგნობრული, ისე სასაუბრო ლექსიკა. ის აერთიანებს სხვადასხვანაირ ენობრივ საშუალებას; მოცემული სტილის ნიშნები იყოფა სინტაქსურად, მორფოლოგიურად და ლექსიკურად. პუბლიცისტური ნაწარმოებების სახასიათო მაჩვენებლებია: პრობლემატიკის აქტუალობა, გამომხატველობა, სიმძაფრე და მკაფიო გადმოცემა.

არსებულ თავში განხილულია მედიატექსტის სტილის ლინგვისტური თავისებურებანი, გადათარგმნის სპეციფიკა, საგაზეთო და პუბლიცისტური სტილი, რითაც მივედით შემდეგ დასკვნებამდე:

ქართული, რუსული და ინგლისური მედიატექსტების თარგმნისას გამოვლინდა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული პარალელიზმი – ორიგინალის უმეტესი სიტყვა შეიძლება, თარგმანში ჩავანაცვლოთ მიახლოებითი შინაარსის მქონე შესაბამისი სიტყვით.

საგაზეთო სტატია, როგორც პუბლიცისტური სტილის ჟანრი, მოიცავს იმავე ლექსიკურ, მორფოლოგიურსა და სინტაქსურ თავისებურებებს, რომლებიც



ახასიათებს პუბლიცისტურ სტილს. ერთადერთი განსხვავება გამოყენებული თავისებურებების რაოდენობაშია.

თარჯიმნისთვის პრაქტიკული სამუშაოს შესასრულებლად მნიშვნელოვანია ინგლისური მედიატექსტის შემდეგი მახასიათებლები:

- სალაპარაკო-ფამილიარული ხასიათი;
- სტილის მრავალფეროვნება ჟარგონებითა და პერიფრაზებით;
- ოფიციალური ტიტულები და მიმართვები;
- საგაზეთო სტატიების სათაურების განსაკუთრებული ხასიათი;
- აზნაცების განსაკუთრებული გამოყოფა;
- საგაზეთო-საინფორმაციო მასალის ლექსიკური თავისებურებები,
- ტერმინების გამოყენება.

## თავი IV

### ლექსიკის უთარგმნელობასთან დაკავშირებული პრობლემები მედიატექსტებში

ამ თავში ჩვენი კვლევის საგანია შემდეგი: უთარგმნელობის მოვლენა, მისი გამომწვევი მიზეზებისა და მათი გადალახვის ხერხების ძიება, შედარებით ადეკვატური კომპონენტების შერჩევა, გადმოცემის სხვა ხერხების დადგენა.

არაეკვივალენტური ლექსიკისა და რეალიების ინგლისურიდან ქართულ და რუსულ ენებზე თარგმნა წარმოქმნის სირთულეებს, ამიტომაც აუცილებელი მოვლენის თავისებურებების შესწავლა, ასევე მიზანშეწონილია უცხო სიტყვათა თუ ტერმინთა დამკვიდრებისა და მათი გამოყენების საკითხის კვლევა მედიატექსტებში.

#### 4.1. ლექსიკის უთარგმნელობის მიზეზები, წყაროები და თარგმნის ხერხები

მიუხედავად იმისა, რომ უთარგმნელობის პრობლემა თარგმანში განხილული აქვთ ცნობილ ლინგვისტებს, არ არსებობს ერთიანი, საზოგადოდ მიღებული განმარტება ამ ფენომენისა ისევე, როგორც არ არსებობს პრობლემის გადაჭრის ერთი ზუსტი ხერხი. კვლევის საგანი, როგორც შესავალში აღინიშნა, სწორედ უთარგმნელობის გადალახვის ხერხების ძიებაა.

**უთარგმნელობა** თავს იჩენს ერთი ენიდან მეორე ენაზე გადათარგმნის პროცესში, მაშინ, როცა მიმღებ ენაში არ არსებობს ამა თუ იმ სიტყვის შესატყვისი ანუ ეკვივალენტური სიტყვა თუ ცნება. მაგალითად, ტერმინები არ შეიძლება, მივაკუთვნოთ მთლიანად თარგმნით ან საერთოდ უთარგმნელ ერთეულებს, მათი თარგმანის სირთულე დამოკიდებულია მათივე წარმოშობასა და თარგმნის კომპეტენტურობაზე.

საკმაოდ ხშირად ის ტერმინები ან გამონათქვამები, რომლებიც ითვლება უთარგმნელად, სინამდვილეში არის ლექსიკური ერთეული, რომელსაც არ აქვს მსგავსი მნიშვნელობა მიმღებ ენაში.

ენების შეპირისპირების დროს ჩვენ ვავლენთ ისეთ საგნებს, მნიშვნელობებს, მოვლენებს, ლექსიკას, რომლებიც არის ერთი ენის საკუთრება და არ მოიპოვება მეორე ენაში. ასეთ ლექსიკურ ერთეულებს ლინგვისტები, კერძოდ, ე. მ. ვერეშაგინი და ვ. გ. კოსტომაროვი მიაკუთვნებენ უთარგმნელ, არაეკვივალენტურ ლექსიკას. მათი განმარტებით, სიტყვები, რომელთა ზუსტი შინაარსის გაგება შეუძლებელია, ვერ შეესაბამება რომელიმე უცხოური ენის სიტყვას, არაეკვივალენტურია.

ტრადიციულად, არაეკვივალენტურ ლექსიკაში მოიაზრება ლექსიკური ერთეულები, რომელთაც არ აქვთ ლექსიკური ეკვივალენტი თარგმანის ერთ-ერთ სხვა ენაში შემდეგი მიზეზებით:

1. იმიტომ, რომ მის მატარებელთა საზოგადოებრივ პრაქტიკაში არ არის შესაბამისი რეალიები;
2. შესაბამისი მნიშვნელობების აღმნიშვნელი ლექსიკური ერთეულები არ არსებობს სხვა ენაში.

არაეკვივალენტური ლექსიკა, უმეტესწილად გადმოსცემს ამა თუ იმ ენის სპეციფიკას, კულტურას და მოიცავს ინფორმაციას შეკვეცილი სახით. ის ავლენს ენის სტრუქტურაში ყველაზე მნიშვნელოვანსა და თავისებურს და ერთი ერის კულტურის დამოკიდებულებას მეორე ერის კულტურასთან, განსაკუთრებით ეს ეხება რეალიებს და ასოციაციურ არაეკვივალენტურ ლექსიკას.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, გასათვალისწინებელია ვ. ბენიამინის მოსაზრება, რომ უთარგმნელია არა მარტო ის არის, რაც ეწინააღმდეგება თარგმანს, არამედ რაღაც მყარი ნაშთია. მორის ბლაშნოს მოჰყავს ერთი საჩვენებელი მაგალითი: „ორიგინალი, –ამბობს ის, – მიმართულია მომავლისკენ, რადგან ის გვახსენებს სხვას, რომელიც მასშია - ის თავისებურად განიცდის ასიმილაციას. ეს სიუცხოვე განმარტავს ცვლილებას, რაც არის თარგმანი - შემოქმედებითი გარდასახვა, მოვლენა, შეხვედრა.“

უთარგმნელობას თავისი მიზეზები და წყაროები გააჩნია, ესენია:

*არაეკვივალენტური ლექსიკა:*

როგორც ამ კვლევაში არაერთხელ აღინიშნა, სიტყვებს და სიტყვათა მყარ შეთანხმებებს, რომელთაც არ მოეპოვება შესატყვისი ლექსიკური ერთეულები

თარგმანის ენაში, უწოდებენ არაეკვივალენტურ ლექსიკას. თარგმანის ენაში ლექსიკური ეკვივალენტის არარსებობა სულაც არ ნიშნავს, რომ მისი მნიშვნელობა საერთოდ არ ექვემდებარება გადმოცემას თარგმანისას. როგორც წესი, ის გადმოიცემა განსაზღვრული ხერხებით. ლექსიკური არაეკვივალენტობის ფაქტი ნიშნავს მხოლოდ იმას, რომ საწყისი ენის ლექსიკური ერთეული არ შეიძლება გადმოიცეს ანალოგიური, „სიმეტრიული“ სიტყვით –თარგმანის ენის შესატყვისი ლექსიკური ერთეულით.

ლ. კ. ლატიშევი გამოყოფს არაეკვივალენტურ ლექსიკური ერთეულის ოთხ ჯგუფს:

### *სიტყვები-რეალიები*

ამ ლექსიკური ერთეულის არაეკვივალენტურობის მიზეზი არის მიმღები ენის პრაქტიკულად არარსებობა იმ საგნებისა და მოვლენებისა საწყის ენაში. მაგალითად: რუსულ და ქართულენოვანთა უმრავლესობისთვის უცნობია ასეთი ინგლისური/ამერიკული სიტყვა drive-in (საწარმო, სადაც კლიენტებს ემსახურებიან თავიანთ ავტომობილში), primaries (წინასწარი არჩევნები, სადაც ვლინდება პრეზიდენტობის კანდიდატები ორი ძირითადი პოლიტიკური პარტიიდან აშშ-ში). მაგრამ ამერიკელისა და ინგლისელისთვის უცნობია სიტყვები: частушки (შაირები), масленица, квас (ბურაბი) და ა.შ. (Латышев, Л.К.2003:45)

**დროებითი არაეკვივალენტური ტერმინები.** ეს არაეკვივალენტური ლექსიკა ძალიან არ განსხვავდება სიტყვა-რეალიებისგან. მათი არაეკვივალენტურობა განპირობებულია არათანაბარი მიღწევების განაწილებით სამეცნიერო, ტექნიკისა და სოციალურ სფეროებში, ამის შედეგად სიახლე, რომელიც საწყის ენაში პრაქტიკულ გამოცდილებაშია გარკვეული დროის განმავლობაში, შეიძლება, უცნობი დარჩეს მიმღები ენისთვის. შემდგომ ეს უთანასწორობა უქმდება და შესაბამისი ტერმინი ტრანსლიტერაციის საშუალებით ჩნდება მიმღებ ენაშიც. მაგალითად: გრეიპფრუტი (ინგლ. grape-fruit), კომპიუტერი (ინგლ. computer), დისპლეი (ინგლ. display). ეკვივალენტების შესაქმნელად პროდუქტული ხერხია ასევე კალკირება.

### *შემთხვევითი არაეკვივალენტები*

ეს ლექსიკური ერთეულები აღნიშნავენ საგნებს და მოვლენებს, რომლებიც არსებობს როგორც საწყის, ასევე მიმღები ენის პრაქტიკულ გამოცდილებაში, მაგრამ თარგმანის ენაში გაურკვეველი მიზეზების გამო არ აქვთ საკუთარი სახელწოდება. მაგალითად, რუსულ ენაში არ არის დროის მონაკვეთის სპეციალური აღმნიშვნელები, ხოლო ინგლისურში\_ fortnight (ორი კვირა) every other day (ერთი დღის შემდეგ/ზეგ), the other day (ამ დღეებში), დრო შუა დამიდან დილამდე, რომელიც ითვლება დამედ, ინგლისურენოვან ქვეყნებში მიეკუთვნება დილას (morning) , ამიტომ „დამის პირველი საათი“, დამის ორი საათი“ ინგლისურად ასე ჟღერს: one o'clock in the morning, two o'clock in the morning. ლინგვისტურ ლიტერატურაში შემთხვევით არაეკვივალენტებს ეწოდება „შემთხვევითი ლაკუნები“. მაგრამ ეს ტერმინი წარმოადგენს სემანტიკურ ნონსენსს. როდესაც ლაპარაკობენ არაეკვივალენტურ ლექსიკაზე, გულისხმობენ საწყისი ენის ლექსიკას იმ დროს, როცა ლაკუნები (სიცარიელები), როგორც ასეთი, არსებობს არა საწყის ენაში, არამედ თარგმანის ენაში.

მაგ: Fortnight – ორი კვირა. "Mater Davy, how should you like to go along with me and spend a fortnight at my brother's at Yarmouth?" (Dickens, Ch. (1994), David Copperfield,D:716).

### **სტრუქტურული ეგზოტიზმები**

საწყისი ენის არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულების ეს ჯგუფი მსგავსია შემთხვევითი არაეკვივალენტებისა იმით, რომ საგნები და მოვლენები, რომლებსაც აღნიშნავენ ისინი, არსებობს ასევე თარგმანის ენის პრაქტიკულ გამოცდილებაში, მაგრამ არ აქვთ აღნიშვნები, როგორც შემთხვევით არაეკვივალენტებს. სტრუქტურული ეგზოტიზმები განსხვავდება შემთხვევითი არაეკვივალენტებისგან იმით, რომ მათი არარსებობა ექვემდებარება ახსნას. თარგმანის ენას არ აქვს ის საშუალებები, რომლებიც შეიძლება, ანალოგიური იყოს საწყის ენაში და საშუალებას იძლეოდეს, შექმნას საკმაოდ კომპაქტური შესატყვისები ხსენებული საგნებისა და მოვლენებისთვის. მაგალითად: перестараться (ზედმეტი გულმოდგინება რაიმეს გაკეთების დროს) – try too hard, over do something; недолюбливать (არ უყვართ) –have no special liking/sympathy(for), not be overfond(of), not be overkeen(on).

ვ. ნ. კომისაროვის წიგნში „სიტყვა თარგმანზე“, როდესაც ავტორი საუბრობს სიტყვათა მნიშვნელობის კომპონენტებზე, გამოყოფს „ინფორმაციას, რომელიც მიუთითებს სიტყვის მნიშვნელობაში გამომსახველობით ან სხვა ასოციაციურ კავშირებზე.“

ვ. ლ. მურავიოვი აღნიშნავს, რომ ენაში არსებობს სიტყვათა ჯგუფი, რომელსაც შეუძლია, გამოიწვიოს ჩვენში განსაზღვრული ენობრივი ასოციაციები საწყისი ენის მატარებლებში. თარგმანის ენაში ასეთი ასოციაციები შეიძლება გამყარდეს სხვა სიტყვებით ან საერთოდ არ არსებობდეს. იმ მიზეზით, რომ ნებისმიერ სიტყვას გააჩნია გარკვეული ასოციაციები და არსებობს ინდივიდუალური ასოციაციები, რომელთაც აქვს სუბიექტური ხასიათი, ვ.ლ. მურავიოვი გვთავაზობს, ამ სიაში შევიყვანოთ სიტყვები ასოციაციებით, რომლებიც „წარმოქმნილია ნაციონალური გარეენობრივი რეალობით, რომელთაც აქვთ ლინგვოეთნოგრაფიული ხასიათი არსებული აღნიშნული ენის მატარებლების უმრავლესობაში“. ასეთი მოვლენის წარმოშობის მიზეზი ვ. ლ. მურავიოვის აზრით, შეიძლება, იყოს: საწყისი ენის პოლისემიური სიტყვის გამოყენება განსაზღვრული მნიშვნელობით, ემოციურ-შეფასებითი მნიშვნელობის არსებობა საწყის ენაში, სოციალურ-კულტურული ექსტრალინგვისტური ფაქტორი. თარგმანის ენაში მათ არ აქვთ ასეთი მნიშვნელობა.

არაეკვივალენტური ლექსიკის გადმოსაცემად რეკომენდებულია თარგმანის ხერხები, რომლებიც ქმნიან განსაკუთრებულ კლასს და არ მიეკუთვნებიან არც ჩანაცვლებებს, არც ტრანსფორმაციებს, ესენია:

### ***ტრანსლიტერაცია***

თავისი არსით ეს ხერხი უცხოური სიტყვის სესხების ანალოგიურია. როგორც თარგმანის ეკვივალენტი, არაეკვივალენტური ერთეული საწყის ენაში გამოიყენება მისი გრაფიკულ-ფონეტიკური აღნიშვნებით, რომელიც აისახება წერილობითი ფორმით თარგმანის ენის ასოებით, ხოლო ზეპირ თარგმანში თარგმანის ენის ფონეტიკურ წესებს ექვემდებარება. ტრანსლიტერაციის ხერხი მისაღებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც ეკვივალენტი ნამდვილად არ არსებობს.

რუსულსა და ქართულ ენებში ტრანსლიტერაციის საშუალებით არაერთი სიტყვა შემოვიდა: **სპორტი** (sport), **ნოკაუტი** (knock-out), **ბიფშტექსი** (beefsteak),

გრეიპფრუტი (grape-fruit), პენი - penny (დანართი Lazy Jack – gentleman - ჯენტლმენი), (დანართი The Three Wishes, - elf -ელფი).

This roused Jack, and he went out and hired himself for the next day to a neighbouring farmer for a penny;

Проработал день, получил пенни и пошел домой, но когда переходил через ручей, потерял монету<sup>9</sup>.

### *კალკირება*

ამ ხერხის არსი ისაა, რომ არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულების შემადგენელი ნაწილები (კომპოზიტები, სიტყვათა მყარი შეხამებები) სიტყვასიტყვით ითარგმნება, მაგალითად: ინტერნეტმაღაზია – ინგლისური კალკა cyber store, კომერციული ბანკი– commercial bank, საქორწინო ხელშეკრულება – marriage contract.

### *მიახლოებული თარგმანი*

უცხოური რეალიების ნაცვლად თარჯიმანი იყენებს თარგმანის ენის რეალიებს, რომელსაც აქვს საკუთარი ნაციონალური სპეციფიკა, მაგრამ აქვს ბევრი საერთო საწყისი ენის რეალიებთან. მაგალითად: Santa Claus და თოვლის ბაბუა, არ შეიძლება იყოს იდენტური, მაგრამ ცხადია, რომ განსაზღვრულ კონტექსტში იკვეთება ურთიერთდამოკიდებულება, ასევე შეიძლება, მოვიყვანოთ შემდეგი თარგმანი: cow-keeper - პირუტყვის მწყემსი.

### *ნაციონალურ-კულტურული სპეციფიკის ელიმინაცია*

ეს ხერხი მსგავსია მიახლოებული თარგმანისა, ხოლო ნაციონალურ-კულტგაზეთში "The Moscow Times" რუსული სიტყვების გამოყენებით უცხოელი კორესპონდენტები ცდილობენ რუსული სიტყვებისა და გამოთქმების ადეკვატურად თარგმნას. ქვემოთ მოყვანილ მაგალითებში შეგიძლიათ იხილოთ რუსეთის ყოფილი საბჭოთა და ამჟამინდელი ლიდერების განცხადებები:

We all know this from President Vladimir Putin's language class, in which he promised a long, hard campaign: "будем мочить бандитов всортире." (We're going to waste the bandits even in the outhouse) (The Moscow Times, 2497, გვ.8)

---

<sup>9</sup> <https://www.gutenberg.org/files/7439/7439-h/7439-h.htm>

But as Nikita Khrushchev found out the hard way when he took off his shoe and beat on the table before the United Nations, there is just no good way to translate Мы вам покажем кузькину мать. While the non-Russian speaking world heard this expression to be translated as "We will bury you" - for words that continued to echo throughout the Cold War - the Russian speakers heard it for what it was: "We will show you Kuzka's mother." (The Moscow Times, 1853, გვ11)

Chernomyrdin has had some trouble with other places, too: Вечнонас в России стоит не то, что нужно. What he meant to say was something like, "In Russia the wrong issues are always coming up," but any time you use the word стоять (to stand, to rise) you've got to be careful, since кое-что can also raise its head (The Moscow Times, 2532, გვ.8).

რუსული უეკვივალენტო ლექსიკის ანალიზის წყალობით მთარგმნელები ცდილობენ გაიგონ და შეისწავლონ რუსული მენტალიტეტი.

ურული სპეციფიკა დაბლა იწევს, გამოტოვებულია.

#### ***აღწერითი თარგმანი***

ეს ხერხი ყველაზე ხშირად გამოიყენება არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმნის დროს, როცა მის მნიშვნელობას ვრცლად გადმოსცემენ აღწერის დახმარებით.

აღწერითი თარგმანის უპირატესობა არის ის, რომ მოვლენის არსი სრულად არის გამოვლენილი, ამიტომ ზოგიერთი ავტორი მას უწოდებს განმარტებითს. მისი ნაკლია დიდი მოცულობა, რაც ცუდ გავლენას ახდენს თარგმანზე.

#### ***არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობის გადანაწილება***

არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობა გადანაწილდება თარგმანის ტექსტის რამდენიმე ერთეულზე, ხოლო თვით არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეული უჩინარდება თარგმანში. ეს ხერხი გვახსენებს აღწერით თარგმანს. მისთვის დამახასიათებელია იგივე დადებითი და უარყოფითი მხარეები, როგორებიც **აღწერითი** თარგმანისთვის.

არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმანის ყველა ზემოთ აღნიშნული ხერხს აქვს განსაზღვრული დადებითი და უარყოფითი მხარეები, თუმცა უარყოფითი სხვადასხვა ხარისხით შეიძლება, დაკომპენსირდეს სხვადასხვა ხერხის კომბინაციით.



ამრიგად, არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმანის შესაძლებლობის შესახებ არსებობს სხვადასხვა თვალსაზრისი. ე. მ. ვერეშინი და ვ. გ. კოსტომაროვი თვლიან მას უთარგმნელად, მეორე მხრივ, სხვა ენის ნებისმიერი სიტყვა შეიძლება, ასე თუ ისე, გადაითარგმნოს, რადგან არ არსებობს ისეთი სიტყვა, რომელიც არ გადაითარგმნება სხვა ენაზე, აღწერით მაინც.

ლინგვისტურ ლიტერატურაში ასევე არ არსებობს ერთიანი აზრი არაეკვივალენტური ლექსიკის გადმოცემის კლასიფიკაციის შესახებ, რაც აიხსნება თითოეული ლექსიკური ერთეულის უნიკალურობით, თარგმანის ენაში ეკვივალენტის არარსებობით.

#### **4.2. რეალიები, როგორც ენის არაეკვივალენტური ლექსიკის შემადგენელი ნაწილი**

უდავოა, რომ საკაცობრიო მნიშვნელობის მქონე მხატვრული, ისტორიული თუ სამეცნიერო ნაშრომები მსოფლიოს სხვადასხვა ხალხისთვის გაცნობის მიზნით უნდა ითარგმნოს სხვადასხვა ენაზე. ეჭვგარეშეა, მსგავსი მთარგმნელობითი მუშაობა დიდ სამსახურს უწევს ადამიანებს, გაეცნონ სხვა ერთა კულტურებს, ისტორიებს, მიღწევებს სხვადასხვა დარგში. შესაბამისად, ფასდაუდებელია მთარგმნელთა შრომაც. ბევრია დამოკიდებული მათს ოსტატობასა და იმ ხერხების ღრმად ფლობაზე, რომლებიც გამოიყენება თარგმნისას, რომელზედაც წინა ქვეთავში გვქონდა საუბარი.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ სხვა ენიდან ტექსტის გადმოთარგმნისას მიმღები ენის ლექსიკური მარაგი მზად უნდა იყოს შესაბამისი სიტყვის მოსაპოვებლად. ქართული ენის შემთხვევაში ეს პრობლემა თითქმის არ არსებობს, რადგან ქართული ენა ერთ-ერთი გამორჩეული ენაა მსოფლიოში თავისი გრამატიკული აგებულებითა და მდიდარი ლექსიკური ფონდით.

კაცობრიობის ისტორიის განმავლობაში მრავალი ენა წარმოქმნილა, განვითარების მაღალი მწვერვალებისთვისაც მიუღწევია, მაგრამ შემდგომ გამქრალა, ერთ-ერთი ასეთია, მაგალითად, ლათინური ენა, რომელიც დღესდღეობით მხოლოდ მედიცინასა და ფარმაცოლოგიაში გამოიყენება.

ქართულმა ენამ კი მხოლოდ მცირეოდენი გრამატიკული ცვლილებებითა და, უმთავრესად, თვითმყოფადი ლექსიკით მოაღწია დღევანდლამდე, რაც იმისი მანიშნებელია, რომ ენა მტკიცეა, მყარი და არაა უთარგმნელი. ნებისმიერი ენიდან შეიძლება, სიტყვასიტყვით ითარგმნოს ნებისმიერი სირთულის ტექსტი ქართულ ენაზე.

თუმცადა, სხვა ენათა მსგავსად, ვერც ქართული ენა ასცდა უცხო სიტყვების შემოჭრასა და დამკვიდრებას, რომელიც სხვადასხვა ფაქტორითაა გამოწვეული. ლექსიკური ფონდი დროთა განმავლობაში ივსებოდა ნასესხები სიტყვებითაც, მაგრამ კანონზომიერად მარტო იმ შემთხვევაში, როცა მასში შესაბამისი სიტყვა არ მოიპოვებოდა, რაც, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, იშვიათობაა ქართულისთვის.

ცნობილია, რომ ყოველ ენაში მოიპოვება ისეთი სიტყვები და გამოთქმები, რომლებიც მხოლოდ და მხოლოდ კონკრეტულად იმ ენის საკუთრებაა და სხვა რომელიმე ენაზე უთარგმნელია – ანუ მთელი სიზუსტით ისევე გადადის, როგორც გადასათარგმნ ენაშია. ასეთ სიტყვებსა და გამოთქმებს ეგზოტიზმებად, რეალიებად მოიხსენიებენ.

ეგზოტიზმები, რეალიები წარმოადგენს მატერიალურ-კულტურულ საგნებსა და მოვლენებს; აღნიშნავს ეთნონაციონალურ თავისებურებებს, წეს-ჩვეულებებსა და ისტორიული ფაქტების გამომხატველ სიტყვებს (და აგრეთვე, მყარ ენობრივ შესიტყვებებს, რომელთაც სხვა კულტურაში, ხშირ შემთხვევაში, არ გააჩნიათ ეკვივალენტი).

ცნება „რეალია“ აღნიშნავს საგანს ან ცნებას, რომელიც მატერიალურად არსებობს ან არსებობდა და, რომელიც დამახასიათებელია ამა თუ იმ ხალხისთვის, ეროვნების თუ საზოგადოებისთვის. რეალიები ეროვნული კოლორიტის აღმნიშვნელია, ამიტომაცაა, რომ უმეტეს შემთხვევაში წარმოადგენს უთარგმნელ სიტყვებსა და ნომინატიურ სიტყვათა შეთანხმებებს, ანუ რეალიებს სხვა ენაში ეკვივალენტი არ მოეპოვება და მხოლოდ და მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში იმკვიდრებს იგი ადგილს სხვა რომელიმე ახალ, ანუ მიმღებ ენაში.

მიუხედავად ამისა, არაეკვივალენტური ლექსიკა შედარებით ფართოა თავისი შინაარსით. მათ, ისევე როგორც რეალიებს, უწოდებენ ერთეულებს, რომლებსაც

ნათარგმნი ტექსტის ენაში არა აქვს ლექსიკური შესაბამისობები და შესაბამისი კონოტაცია მიმღებ ენაში. მსგავსი არაეკვივალენტური სიტყვა და რეალია მრავლად გვხვდება ქართულ, ინგლისურსა და რუსულ ენებში.

ასოციაციური, არაეკვივალენტური ლექსიკა ართულებს თარგმნის პროცესს, რაც, უმთავრესად, შეიძლება, გამოვლინდეს კუთვნილების სახელების გადმოცემისას, განსაკურებით კი – **გეოგრაფიული სახელწოდებებისა, უფრორე – ტოპონიმიკისა, ანთროპოტოპონიმებისა, რადგან სწორედ ისინი მიეკუთვნება არაეკვივალენტურ ლექსიკას.** მსგავს სიტყვებს აქვთ დამატებითი კულტურული კონოტაციები, რომელიც შეიძლება, არ იცოდეს თარგმანის ენის მატარებელმა. ასეთ შემთხვევებში მთარგმნელი მიმართავს ზემოხსენებულ ახსნით თარგმანს, რაც აიოლებს მათი მნიშვნელობის გაგებას, თუმცა ამას, როგორც უკვე ვთქვით, თავისი ნაკლი აქვს.

**კუთვნილების სახელები (Mr. Fox)** ხშირად გადატანითი მნიშვნელობისაა, რითაც აფართოებს თავისი მოხმარების სფეროს.

ამ მიზეზით შეიძლება, ჩაითვალოს, რომ ასოციაციური, არაეკვივალენტური ლექსიკა მჭიდროდ არის დაკავშირებული რეალიებთან.

უთარგმნელია, აგრეთვე, **ფულის ერთეულები:**

1) **The Georgian Lari is the currency of Georgia.** ლარი არის ქართული ფულის ერთეული<sup>10</sup>

2) **დოლარი ევროსთან მიმართებაში 1 წლის მინიმალურ ნიშნულამდე გაუფასურდა,** ასევე, ამერიკული ვალუტა დასუსტდა **სტერლინგთან მიმართებაშიც.**<sup>11</sup>

დოლარი-dollar

ევრო-euro

სტერლინგი-sterling

არ ითარგმნება ზოგიერთი **ბუნებრივი მოვლენა:** „კატრინი, „ტორნადო“ – ძლიერ ქარს, გრიგალს აღნიშნავს.

**ტორნადოსავით** სწრაფი და ძლიერი ( „ტორნადო“ ესპანური სიტყვიდან მოდის და ქართულად ბრუნვას ნიშნავს).

<sup>10</sup> <https://www.xe.com/currency/gel-georgian-lari>

<sup>11</sup> <https://agora.ge/new/14502-dolari-evrostan-da-funttan-mimartebashi-sustdeba>

A tornado is not necessarily visible<sup>12</sup>; (ინგლისურ ენაში).

რეალიების გადმოცემის ხერხებს ეხება ვ. ს. ვინოგრადოვას, ა. ა. რეფორმატსკის, ა. დ. შვეიცერის, ს. ვლახოვის, ს. ფლორინისა და სხვა მკვლევართა ნაშრომები.

ისინი გვამღევენ უცხოური ლექსიკისა და ფონის სხვადასხვა განმარტებას, რომლებზედაც უკვე გვქონდა საუბარი.

ავტორთა უმრავლესობაში გვხვდება ტერმინი „არაეკვივალენტური ლექსიკა“, რომელსაც სხვადასხვაგვარად განმარტავენ: როგორც რეალიების სინონიმს (ა.დ. შვეიცერი) ან უფრო ვრცლად – როგორც სიტყვა, რომელიც არ არსებობს განსხვავებული ენის კულტურაში (ე. მ. ვერეშაგინი) ან ვიწრო მნიშვნელობით (გ. ვ. ჩერნოვი), როგორც „ყოფითი რეალობისთვის დამახასიათებელი სიტყვა“ ან უბრალოდ – სხვა ენაზე **უთარგმნელი** სიტყვები.

ო. ს. ახმანოვა თავის „ლინგვისტური ტერმინების ლექსიკონში“ „რეალიას“ (ლათ. *realia* – ნამდვილი, რეალური) განმარტავს, როგორც „სხვადასხვაგვარ ფაქტორს, რომლებიც შეისწავლება გარელინგვისტიკით, როგორებიცაა: სახელმწიფო წყობა კონკრეტული ქვეყნისა, ისტორია და კულტურა კონკრეტული ხალხისა, ენობრივი კონტაქტები აღნიშნული ენის მატარებლებისა აღნიშნულ ენაში მათი გამოყენების თვალსაზრისით; მატერიალური კულტურის საგანი“.

ჩვენ ვიზიარებთ ს. ვლახოვისა და ს. ფლორინის აზრს, რომ არაეკვივალენტური ლექსიკის მცნება არის მოცულობითი თავისი შინაარსით, ხოლო რეალიები შედის არაეკვივალენტური ლექსიკის ფარგლებში, როგორც დამოუკიდებელი კატეგორია, მაგალითად: **შორისდებული, აბრევიატურა, მიმართვები, მოვალეობის აღმნიშვნელი ზოგიერთი სიტყვა** (მაგ. თამადა – Tamada, Тамада), განყენებული სიტყვები და გამოთქმები (გენაცვალე – genatsvale, генацвале) კულინარიული ნაწარმი (საცივი – satsivi, сациви, ხაჭაპური-khatchapuri, хачапури, ხინკალი- khinkali, хинкали) და სხვები.

---

<sup>12</sup> <http://www.reading.ge/ka/sectoral-directions/112-tornado>

ქართულ ენაშიც მრავლადაა უცხო ენიდან შემოსული ეგზოტიზმი, თუმცა, ქართულსაც აქვს თავის მხრივ ისეთი სიტყვები, რომლებიც სხვა ენებზე არ ითარგმნება, ნაციონალურია და უცხო ენაში უცვლელი ფორმით მკვიდრდება, უმთავრესად ეს ეხება ნაციონალურ ტანისამოსს, კერძა და ადათ-წესს (მაგ: **ჩოხა, აჯიკა, მაწონი, ლავაში, ქაბაბი, საცივი, ჩურჩხელა, ხაჭაპური, ხინკალი, ფხალი, სუფრა, მწვადი**, ქართული ღვინის სახეობათა სახელწოდებები (**ხვანჭყარა, რქაწითელი, ქინძმარაული, ციცკა და სხვა**), **გენაცვალე, თამადა**) ასეთი სიტყვების მნიშვნელობის ასახსნელად დიდი ძალისხმევაა საჭირო, ანუ გამოიყენება ახსნითი თარგმანი. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ქართული სიტყვა „სკამი“, რომლის შესატყვისი არსებობს რუსულ ენაში – стул, პირდაპირი მნიშვნელობით გამოიყენება ზოგიერთ კონტექსტში, როგორც სკამი – საკლასო მერხი, პარკის (ბალის) მერხი – კნინობითი ფორმით – скамейка (со школьной скамейки; на садовой скамейке); ხოლო საბრალოდ სკამის შემთხვევაში არაკნინობითი ფორმით – скам (скам подсудимых).

#### 4.3. ბარბარიზმებისა და ეგზოტიზმების გამოყენება მედიატექსტებში

ქართული ენა მსოფლიოში ერთ-ერთი უძველესი ენაა. ნიშანდობლივია, რომ მსოფლიოში არსებულ 14 დამწერლობას შორის ქართულიცაა. სიძველიდან გამომდინარე ამ ენამ გაიარა განვითარების სხვადასხვა საფეხური, გაუძლო უამრავ ისტორიულ ქარტახილს და დღემდე ღირსეულად უჭირავს თავისი კუთვნილი ადგილი მსოფლიოში. ამ ენაზე შექმნილა მსოფლიო მნიშვნელობის უამრავი კლასიკური ნაწარმოები და უპირველესია მათ შორის მე-12 საუკუნის გენიალური „ვეფხისტყაოსანი“. პოემა უმდიდრესი ქართული ლექსიკითაა გაჯერებული და მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი სიტყვა თანამედროვე ქართულში ან განსხვავებული ფორმითაა წარმოდგენილი, ან საერთოდც გამქრალია, რაფინირებული უბრალოებით გამოირჩევა. პირველი ლიტერატურული წყარო კი, რომელმაც ჩვენამდე მოაღწია, „ვეფხისტყაოსანზე“ ბევრად ძველია – მე-5 საუკუნეს განეკუთვნება, მაგრამ ისიც ასეთივე მდიდარი ლექსიკითაა გამორჩეული.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ენა ცოცხალი ორგანიზმია: იგი წარმოიშობა (იზადება), ვითარდება (იზრდება) და ქრება (კვდება) კიდევ. კაცობრიობის ისტორიაში ერების გაქრობისა და შესაბამისად, ენების კვდომის არაერთი ფაქტია.

ზოგადად ენის ლექსიკური ფონდის გაფართოება და გამრავალფეროვნება ფეხდაფეხ მისდევს საზოგადოებრივი განვითარებას, რომლის განმავლობაშიც განუწყვეტლივ ივსება ენა ახალი მასალით: გამოთქმებით, ახალი სიტყვებით, რომლებიც საზოგადოების ეკონომიკურსა და კულტურულ განვითარებას ასახავს.

ენის სიმდიდრე, უპირველესად, მისი ლექსიკური ფონდის მოცულობით განისაზღვრება. ლექსიკა ყველაზე მოქნილი და ცვალებადი ნაწილია ენისა. ყოველ ენას, მათ შორის ქართულსაც, ლექსიკის გამდიდრების საკუთარი საშუალებები გააჩნია, რომელთა შორის ძირითადია: სიტყვაწარმოება, დიალექტური მეტყველება და ნასესხები სიტყვები. ყველა ამ საშუალებას ქართული ენა იყენებს დასაბამიდან დღემდე, ამიტომაცაა, რომ იგი თავისი ლექსიკური მარაგით მდიდარ ენათა რიგს განეკუთვნება.

დროთა ვითარებაში ენის ლექსიკური ფონდი ფართოვდებოდა ხალხის ყოფა-ცხოვრების, ეკონომიკური და კულტურული ურთიერთდამოკიდებულების, მეცნიერებისა და ტექნიკის მიღწევების ამსახველ სიტყვათა ხარჯზე.

ქართული ენა მდიდარი ლექსიკის წყალობით იმდენად მოქნილი ენაა, რომ მისი საშუალებით გამოითქმება ნებისმიერი აზრი და ამ ენაზე შესაძლებელია გადმოითარგმნოს ყოველგვარი სახისა და შინაარსის ნაწარმოები, იქნება ეს – მხატვრული, ხელოვნების, მეცნიერების, ტექნიკისა თუ ნებისმიერი დარგისა. ამასთანავე, იგი (ქართულ ენა) თვითმყოფადია და გამომსახველობითი საშუალებებით მდიდარი და მტკიცე გრამატიკული სტრუქტურის მქონე ენაა. ყოველივე ამის გამოა ის, რომ ქართულ ენაში ძნელად იმკვიდრებს ადგილს უცხოური წარმოშობის სიტყვები და გამოთქმები, თუმცადა მე-19 საუკუნიდან ჩვენს ენაში შეინიშნება რუსული ენის ზეგავლენა, რუსული სიტყვების დამკვიდრების ტენდენცია. გარდა რუსულისა, მსგავსი პროცესი მომდინარეობს სხვა ევროპული ქვეყნების ენათაგანაც. ასე შემოჭრილი და შემდგომ ენაში დამკვიდრებული სიტყვებითა თუ გამოთქმებით ე.წ. ნასესხები სიტყვებით: ბარბარიზმებითა და

ეგზოტიზმებითაც მდიდრდება, ზოგადად, ენის ლექსიკური ფონდი. ასეთი საშუალებით ენის ლექსიკური ფონდის გამდიდრებას მიმართავს დედამიწაზე არსებული ყველა ენა, ზოგი – მეტად, ზოგი – ნაკლებად. აღნიშნულ პროცესს კი, როგორც ზემოთაც შევნიშნეთ, სხვადასხვა ფაქტორი განაპირობებს, უპირველესად – ტექნიკის განვითარება და მისი თანამედროვე მიღწევები, თუმცა ხაზგასასმელია ის გარემოებაც, რომ ქართველი მწიგნობრები, როგორც ჩანს, არ იდგნენ ენის საღაროს სადარაჯოზე პურიტანული პრინციპებით: საყოველთაოდ გავრცელებულ ტერმინოლოგიას თავისუფლად იღებდნენ უცხო ენებისგან და უმტკივნეულოდ უგუებდნენ ქართული ენის სტრუქტურულ-სემანტიკურ ნორმებს.

დღესდღეობით თითქმის ყოველდღიურად მკვიდრდება ახალი სიტყვა ქართულ ენაში. ბევრად განსხვავებული ტერმინოლოგიით საუბრობენ დღეს ადამიანები, ვიდრე წლების წინ, თუნდაც ახლო წარსულში. ლექსიკური მარაგი მნიშვნელოვნად შეიცვალა 21-ე საუკუნეში, რაც გარემო ობიექტური პირობებითაა განპირობებული (მიმდინარე სიტუაცია, დრო, ახალი ტექნოლოგიები და ა. შ.).

სხვა ენებიდან (უმთავრესად, ინგლისურიდან) შემოჭრილი სიტყვები გვხვდება მხატვრულ, სამეცნიეროსა თუ პოლიტიკურ ლიტერატურაში.

ბარბარიზმებისა და მეტწილად ეგზოტიზმების დამკვიდრებას ენაში ხელს უწყობს მედიასაშუალებები. ადამიანებს, უმთავრესად, მოზარდებს, ხშირად არც კი ესმით ამა თუ იმ უცხოური სიტყვის მნიშვნელობა, მაგრამ აქტიურად იყენებენ მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაში საუბრისას და მეტიც – აქცევენ მათ ქართული გრამატიკის ჩარჩოებში ანუ ურთავენ ქართულის შესაბამის აფიქსებს, რითაც ქართულ ჟღერადობას აძლევენ სიტყვას, მაგ: სიტყვა Like (ლაიქ) (ინგლისურია და მოწონებას ნიშნავს) ისე „გაქართულდა“, რომ ადამიანები, რომელთაც სურთ, მეგობრებმა მოუწონონ სოცქსელში გამოქვეყნებული ფოტო ან გამონათქვამი, სთხოვენ ერთმანეთს: – დამილაიქეო! თუ სურთ, რომ გააზიარონ მათი ვიდეო ან ფოტო, მიმართავენ: – **გააზიარე!** (სიტყვიდან - Shere); ჟურნალისტი, რომელიც სტუდიის გარეთ იმყოფება და მიჰყავს რეპორტაჟი, პირდაპირი ჩართვის შემოწმების მიზნით კითხულობს: – **ლაივში ვარ?!** (live – პირდაპირი).

უცხოური ენებიდან ქართულში დამკვიდრებული სიტყვები კომპიუტერულ ეპოქამდეც გვხვდებოდა, მაგ: კოლეჯი, ავტობუსი, ინსტიტუტი, ჟურნალი და სხვ. ზოგი სიტყვა ისე მყარად მოერგო ქართული ენის ყალიბს, რომ აღარც კი გვახსოვს მისი ძირეული მნიშვნელობა და არც მათი წარმომავლობით ვინტერესდებით:

აკვარელი, პლატინა, კომფორტი, პოლკი, გროში, ნოკნაუტი, კოლორიტი, ლაზარეთი, ნოველა, გონდოლა, პიჯაკი, პროფილი, კომბინეზონი, კომფორტი, კლუბი, კიტელი, გრუნტი, პლაში, სამოვარი, ვაგონი, კალოში და ა. შ. ბარბარიზმების კლასიკური ნიმუშებია, რომლებიც ენამ მიიღო, გაითავისა და შეისისხლხორცა, მიუხედავად იმისა, რომ მათგან უმრავლესს ქართულ ენაში მოეპოვება ზუსტი შესატყვისი. ამას კონკრეტული ახსნა არა აქვს, გარდა ერთისა, რომ მოცემულ კონკრეტულ კონტექსტში ის ახალი სიტყვა უფრო მისაღები გახდა მომხმარებლისთვის, თუმცა ისიცაა, რომ ენა ყოველთვის არ არის მზად თავისი ერთეული დაახვედროს უცხო სიტყვას, რომელიც შემდგომ უპრობლემოდ იმკვიდრებს ადგილს ახალ ენაში. ყოველივე ეს ენის გამდიდრების უწყვეტი პროცესია, რაც ყოველთვის იყო მეტ-ნაკლები დოზით, არის ახლაც და იქნება კვლავაც, ვინაიდან ენა ცოცხალი ორგანიზმია და მასში ბუნებრივი პროცესები მიმდინარეობს და ამას ვერანაირი დადგენილებები, სალიტერატურო ენის ნორმებიც კი კონკრეტულად ვერაფერს უცვლის ანუ ენა განვითარების თავისი ტენდენციის შესაბამისად ობიექტური გარემოდან და რეალობიდან გამომდინარე იღებს, ავითარებს, აფართოებს ან ავიწროებს კონკრეტული სიტყვების სემანტიკურ ველს და ა. შ.

როგორც წესი, ყოველი ლექსიკური „სიახლე“ შესაბამისი ენის ლექსიკონშია დაფიქსირებული, თუმცა ახალი სიტყვების რაოდენობა 21-ე საუკუნეში ისეთი სისწრაფით იზრდება, რომ ლექსიკონები მათ ასახვას ვერ ასწრებენ.

ენის გამდიდრებისთვის აუცილებელ უცხოურ სიტყვებს ხალხი ითვისებს და მას თავისებურ (ეროვნულ) ფორმას აძლევს, რაც ამდიდრებს და აძლიერებს ენას. უცხოური ენიდან შემოსული და ეროვნულ ბუნებასთან შეხამებული აუცილებელი სიტყვებით გამდიდრდა ქართული ენა და შეინარჩუნა თავისი გრამატიკული წყობა და ძირითადი ლექსიკური ფონდი. ენა სისტემაა, რომელსაც თავისი შინაგანი



კანონები გააჩნია და უცხოური წარმომავლობის სიტყვათა შემოჭრას თუ მასობრივ წიგნიერებასაც დავახვედრებთ, საფრთხე არ გვემუქრება, თუმცა ეს პროცესები მეტად საყურადღებოა; ენა დაკარგავს ბუნებრიობას.

მეორე საკითხი, რომელზედაც ყურადღებას გავამახვილებთ, არის ეგზოტიზმები და მათი გამოყენების პრობლემა მედიატექსტებში.

შედარებით უმტკივნეულო პროცესია ენაში ეგზოტიზმების შემოსვლა, იმდენად, რამდენადაც ბარბარიზმებისგან განსხვავებით, მათ იმ ენაში, რომელშიც იმკვიდრებენ ადგილს, შესატყვისი ფორმა არ მოეპოვებათ ანუ ბარბარიზმებისგან უთარგმნელობით განსხვავდებიან. ეგზოტიზმები წარმოადგენს მატერიალური კულტურის საგნებსა და მოვლენებს, ეთნონაციონალურ თავისებურებებს, წეს-ჩვეულებებისა და ისტორიული ფაქტების აღმნიშვნელ სიტყვებს, რომელთაც არ აქვთ ეკვივალენტი და რომლებიც კულტურის, ისტორიული ეპოქის, სოციალური წყობის, სახელმწიფო მოწყობის აღმნიშვნელ კონცეპტებთან დაკავშირებულ ცნებებსა თუ საგნებს აღნიშნავენ და წარმოგვიდგენენ ნაციონალურს, თვითმყოფადს, თავისთავადს, ამიტომაც არ ითარგმნება.

ეგზოტიზმი ბარბარიზმის მსგავსად, მედიატექსტების ხშირი „სტუმარია“, საიდანაც შემდგომ მკვიდრდება ჩვეულებრივ მეტყველებაში.

ეგზოტიზმები უთარგმნელია. უთარგმნელობა სათარგმნი მასალის ნაციონალურ-კულტურულ სპეციფიკასთანაა დაკავშირებული. მისი აქტუალურობა განსაკუთრებით იკვეთება კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პროცესში, რომლის ერთ-ერთ ნაირსახეობას მხატვრული კომუნიკაცია წარმოადგენს. ორი (ზოგჯერ – მეტი) სამყაროს დაკავშირების პროცესში დიდ როლს თამაშობს მთარგმნელის უნარი, მკითხველამდე რაც შეიძლება ნაკლები დანაკარგით მიიტანოს რეციპიენტ კულტურაში არსებული ცნებები და მნიშვნელობები და შეინარჩუნოს ორიგინალში არსებული სტილისტიკური ნიუანსები. სხვადასხვა წყაროში ამგვარი ერთეულების აღსანიშნავად განხვავებულ ტერმინს იყენებენ: „უთარგმნელი ლექსიკა“, „უეკვივალენტო ლექსიკა“, „ეგზოტიზმები“ და ა. შ. ყველა აღნიშნული ტერმინი კულტურათაშორისი ასიმეტრიის ფაქტს ეფუძნება და ისეთი რეალიების არსებობას გულისხმობს, რომელთა ასახვა თარგმანში სპეციალურ სტრატეგიას მოითხოვს.

ქართულ ენაშიც მრავლადაა უცხო ენიდან შემოსული ეგზოტიზმი, თუმცა, როგორც ზემოთაც აღვნიშნეთ, ქართულსაც აქვს თავის მხრივ ისეთი სიტყვები, რომლებიც სხვა ენებზე არ ითარგმნება, ნაციონალურია და უცხო ენაში უცვლელი ფორმით მკვიდრდება (მაგ: აჯიკა, მაწონი, საცივი, თამადა, ჩურჩხელა, ხაჭაპური, ხინკალი, გენაცვალე). ასეთი სიტყვების მნიშვნელობის ასახსნელად დიდი ძალისხმევაა საჭირო, ანუ გამოიყენება ახსნითი თარგმანი. ქართულ ენაში დამკვიდრებულია ძირითადად, ინგლისური, რუსული ენებიდან შემოსული ბევრი ისეთი უთარგმნელი სიტყვა, რომელიც გასაგები ხდება თვით იმ ადამიანებისთვისაც კი, რომელთაც წარმოდგენა არა აქვთ ამ ენებზე.

უდავოა, ენა ყოველდღიურად ვითარდება და შეუძლებელია იმ პროცესების შეჩერება, რასაც უცხო სიტყვების შემოჭრა-დამკვიდრება ჰქვია, თუმცა ყურადღება არ უნდა მოვადუნოთ, რომ არ დავუმკვიდროთ ადგილი ჩვენს ენაში სიტყვებს, რომელთაც შესანიშნავი შესატყვისი მოეპოვებათ ქართულ ენაში.

ამრიგად, ზემოთ განხილული საკითხებიდან გამომდინარე შეიძლება, გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

უთარგმნელი ლექსიკა ნებისმიერ ენაში მოიპოვება და მას შესაბამისი ადგილი ენიჭება მიმღებ ენაში. უთარგმნელობის მაგალითებს განსაკუთრებით ვაწყდებით მედიატექსტებში. არის შემთხვევები, რომ უთარგმნელი სიტყვები ანუ რეალიები, ეგზოტიზმები, ბარბარიზმები, ნასესხები სიტყვები არასაჭიროებისამებრ მკვიდრდება ამა თუ იმ ენაში, რაც ეწინააღმდეგება ენის სიწმინდის შენარჩუნებისათვის ბრძოლას, თუმცაღა, გასაგებია ისიც, რომ იმ შემთხვევაში, როცა მიმღებ ენაში არ მოიპოვება შესატყვისი, ეკვივალენტური სიტყვა, მაშინ იგი თამამად იკავებს ადგილს ამ ენაში და არა თუ აზიანებს, არამედ ამდიდრებს ამ ენის ლექსიკურ ფონდს.

## დასკვნა

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად მივიღეთ შემდეგი დასკვნები:

ცნობილ მეცნიერთა თეორიული ნაშრომების მიმოხილვამ ცხადყო, რომ უთარგმნელობის მოვლენა და მასთან დაკავშირებული პრობლემები შესწავლილია; **დასახულია** მისი გადალახვის ოპტიმალური გზები ინგლისურენოვანი ტექსტების მაგალითზე.

კვლევის **აქტუალობა** შეიძლება განიმარტოს თარგმანის თეორიის ერთ-ერთი უმთავრესი ასპექტის – „უთარგმნელობის“ პრობლემის მომდევნო შესწავლის აუცილებლობით.

კვლევის **მიზანი** იყო უთარგმნელობის გადალახვის ხერხების შესწავლა, შედარებით ადეკვატური კომპონენტების მოძებნა. ესენია: უთარგმნელობა, არაეკვივალენტური ლექსიკისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობის რეალიების ინგლისურიდან სხვა ენაზე თარგმნა. არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმნის ხერხებისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობის რეალიების თარგმნის პირველადი ჰიპოთეზა, გრამატიკული და კომპლექსური შეთანხმების აუცილებლობის შესახებ დამტკიცებულია.

კვლევის დროს შესრულდა დადგენილი პირველადი ამოცანები:

### 1. შესწავლილად შეიძლება ჩაითვალოს შემდეგი:

ა) უთარგმნელობის მიზეზები და წყაროები;

ბ) უთარგმნელობის დადგენილი მიზეზებისა და წყაროების საფუძველზე განხილული და განსაზღვრული ოპტიმალური ხერხები არაეკვივალენტური ლექსიკისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობის რეალიების თარგმანისა, როგორც „უთარგმნელობის“ შემადგენელი კომპონენტებისა.

2. მაგალითების მიხედვით განვიხილეთ „უთარგმნელობის“ გადალახვის ხერხები თარგმანში.

უთარგმნელობის პრობლემა თარგმანში ფართოდ შეისწავლება, მაგრამ დღემდე არაა ნაპოვნი ერთადერთი ზუსტი ხერხი ამ საკითხის გადასაჭრელად, რადგან ყველა კონკრეტული შემთხვევა არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმნისა უნიკალურია და მოითხოვს დეტალურ განხილვას კონკრეტული სიტუაციის ყველა ფაქტორის

გათვალისწინებით, რომლებიც გავლენას ახდენს ლექსიკური ერთეულების თარგმანის სიზუსტესა და სისწორეზე.

ნაშრომში ვეყრდნობით თარგმანის ხერხების და მეთოდების ს. ვლახოვისა და ს. ფლორინისეულ კლასიფიკაციას, რომელიც ასე გამოიყურება:

1. ტრანსკრიფცია;
2. კალკი;
3. ახალი სიტყვის ან სიტყვათშეთანხმების შექმნა სემანტიკური შესაბამისობის საფუძველზე;
4. ათვისება;
5. დაახლოებითი თარგმანი;
6. აღწერითი თარგმანი.

ამასთან ერთად ვთვლით, რომ ერთ პუნქტში შესაძლებელია გაერთიანება რეალიების თარგმნის ხერხებისა ტრანსკრიპციისა და ათვისებისა, რადგან ისინი მჭიდროდ არიან დაკავშირებულნი ერთმანეთთან და სიტყვა, რომელიც ნასესხებია სხვა ენიდან ტრანსკრიპციის/ ტრანსლიტერაციის დახმარებით, ექვემდებარება ფონეტიკურსა და გრამატიკურ ათვისებას თარგმანის ენაში.

არაეკვივალენტური ლექსიკის გადმოცემის დროს აუცილებლობად ვთვლით, მივემხროთ ლ. კ. ლატიშევის კლასიფიკაციას. ის რეკომენდაციას უწევს თარგმანის შემდეგ ხერხებს, რომლებიც ქმნიან განსაკუთრებულ კლასს, რომელიც არ მიეკუთვნება არც ჩანაცვლებებს და არც ტრანსფორმაციებს:

1. ტრანსლიტერაცია;
2. კალკირება;
3. მიახლოებითი თარგმანი;
4. ნაციონალურ-კულტურული სპეციფიკის ელიმინაცია;
5. აღწერითი თარგმანი;
6. არაეკვივალენტური ლექსიკური ერთეულის მნიშვნელობის გადანაწილება.

მაგრამ ამ ნაშრომში აღნიშნულ თითოეულ ხერხს არაეკვივალენტური ლექსიკის თარგმანისა და ლინგვოქვეყანათმცოდნეობისა, აქვს დადებითი და უარყოფითი მხარეები. უარყოფითი მაჩვენებლების კომპენსაციის მიზნით, შეგვიძლია სხვადასხვა

ხერხის კომბინირება, რაც დაგვეხმარება თარგმანში უკეთესი შედეგის მიღწევაში, ესაა შთაბეჭდილების გადმოცემა.

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად ნაშრომში დაზუსტდა, დადგინდა:

- უთარგმნელი ლექსიკა ნებისმიერი ხალხის მეტყველებაში მოიპოვება და მას შესაბამისი ადგილი ენიჭება მიმღებ ენაში. უთარგმნელობის მაგალითებს განსაკუთრებით ვაწყდებით მედიატექსტებში. არის შემთხვევები, რომ უთარგმნელი სიტყვები ანუ რეალიები, ეგზოტიზმები, ბარბარიზმები, ნასესხები სიტყვები არასაჭიროებისამებრ მკვიდრდება ამა თუ იმ ენაში, რასაც გარკვეულწილად ბრძოლას უცხადებენ ამ ენაზე მოლაპარაკე ადამიანები თავიანთი ენის სიწმინდის შენარჩუნების მიზნით, თუმცა, გასაგებია ისიც, რომ იმ შემთხვევაში, როცა მიმღებ ენაში არ მოიპოვება შესატყვისი ეკვივალენტი, მაშინ იგი თავისუფლად იკავებს ადგილს ამ ენაში.
- ტექსტი ინარჩუნებს და ინახავს ყველაფერს, რაც ოდესმე დაფიქსირებულა ლინგვისტური არხების საშუალებით; მას ეკისრება, აღადგინოს და გააცოცხლოს მოვლენა, მაშინაც კი, როდესაც ამ მოვლენის შესახებ მეხსიერება ბუნდოვანია და თვით ფაქტი აღარ არსებობს.

როგორც განხილული თეორიული მასალის საფუძველზე ვხედავთ, არსებობს ტექსტის მრავალსახეობა, რომელიც გამოიყენება ჩვენს ყოველდღიურობაში რაიმე ფაქტის ან ფაქტების გადმოსაცემად, რაც ხდება წერილობით ან ზეპირი გადმოცემით, რომელთაგან უპირატესობა ენიჭება წერილობით ტექსტებს, რადგანაც, წერილობით ტექსტს აქვს დროში რეზერვაციის უფრო მეტი შესაძლებლობა, ზეპირი მეტყველება კი არის სპონტანური თავისი ბუნებითა და დანიშნულებით.

პუბლიცისტური სტილის ტექსტები ჟანრობრივად განსხვავებულია. გამოიყოფა მედიატექსტები, რომლების მთავარი ამოცანებია:

- ა) გავლენა მასობრივ ცნობიერებაზე;
- ბ) მოწოდება მოქმედებისკენ;
- გ) ინფორმაციის მაუწყებლობა.

ამოცანებიდან გამომდინარე კი განისაზღვრება მედიატექსტის მთავარი ფუნქციები:

- ა) საინფორმაციო ფუნქცია;
- ბ) გავლენის ფუნქცია;
- გ) კომუნიკაციური ფუნქცია;
- დ) ექსპრესიული ფუნქცია;
- ე) ესთეტიკური ფუნქცია.

- ყველა განმარტება თარგმანის შესახებ ერთმანეთის მსგავსია, მაგრამ ლინგვისტები სხვადასხვანაირად აღიქვამენ თარგმნის ხარისხს. დავა მიმდინარეობს სათარგმნი ერთეულების ეკვივალენტობის შესახებ საწყის ენასა და თარგმანის ენას შორის, რა დროსაც მთარგმნელი აწყდება გარკვეულ ბარიერს უთარგმნელი სიტყვების სახით;
- მთარგმნელებმა წყარო ტექსტის ანალიზის პროცესში უნდა შეძლონ, პირველ რიგში, კულტურული კონცეპტების გამოვლენა და შემდეგ უკვე სწორი სტრატეგიებისა და მეთოდების გამოყენება მათი თარგმნისას. უფრო მეტიც: მათ უნდა იცოდნენ, როგორ შეინარჩუნონ ტექსტის შინაარსობრივი და სტილისტიკური მხარე ისე, რომ მკითხველმა ისეთივე სიამოვნება მიიღოს მისგან, როგორც ორიგინალი ტექსტიდან;
- თარგმანის პროცესის მოდელირებისას აუცილებელია, გავითვალისწინოთ სიტუაციის ხასიათი, რაც გაგვიადვილებს ტექსტის აღქმას.

მნიშვნელოვანია გამოთქმის ორგანიზების ასპექტებიც: ა) ლოკუცია, ბ) ილოკუცია და გ) პერლოკუცია, რომელთაც განსაკუთრებულად დიდი მნიშვნელობა ენიჭებათ წერითსა და ზეპირ თარგმანში.

- მედიატექსტების ზუსტ თარგმანს არსებითი მნიშვნელობა აქვს აზრის სწორად გაგებისთვის, რამეთუ მედიატექსტის უმთავრესი ამოცანა მასობრივ ცნობიერებაზე გავლენის მოხდენაა, თუმცა დავრწმუნდით იმაშიც, რომ მათში არსებული რეალიების გათავისება აუცილებელია, იმ შემთხვევაში, თუ მისი ზუსტი შესატყვისი არ არსებობს მიმღებ ენაში.
- ინგლისური მედიატექსტების გადათარგმნა გამოირჩევა მნიშვნელოვანი, თუმცა ლექსიკური შემადგენლობის არასრული პარალელიზმით: ორიგინალის უმეტესი სიტყვები შეიძლება თარგმანში ჩავანაცვლოთ

მიახლოებითი შინაარსის სიტყვებით.

- თარგმანი არის კულტურა, კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომლის უმთავრესი დანიშნულებაცაა, გააცნოს სხვადასხვა ხალხის კულტურები ერთმანეთს.
- პუბლიცისტურ სტილში გამოიყენება მწიგნობრული და სალაპარაკო სტილები და შეთავსებული აქვს სხვადასხვა ენობრივი საშუალება; აღნიშნული სტილის თვისებები სინტაქსური, მორფოლოგიური და ლექსიკურია; სახასიათოა.
- საგაზეთო ტექსტი, როგორც პუბლიცისტური სტილის ჟანრი, ავლენს ამავე სტილის ლექსიკურ, მორფოლოგიურ და სინტაქსურ თავისებურებებს, ერთადერთი განსხვავება ამ თავისებურებების რაოდენობაა.
- თარჯიმნისთვის პრაქტიკული სამუშაოს შესასრულებლად მნიშვნელოვანია ინგლისური მედიატექსტის დამახასიათებელი შემდეგი ფუნქციების ცოდნა:
  - სალაპარაკო-ფამილიარული ხასიათი;
  - სტილის მრავალფეროვნება ჟარგონებითა და პერიფრაზებით;
  - ოფიციალური ტიტულები და მიმართვები;
  - საგაზეთო სტატიების სათაურების განსაკუთრებული ხასიათი;
  - აზნაულების განსაკუთრებული გამოყოფა;
  - საგაზეთო-საინფორმაციო მასალის ლექსიკური თავისებურებები,
  - ტერმინების გამოყენება.

განხილული თეორიული მასალის საფუძველზე კიდევ ერთხელ მტკიცდება, რომ კონცეპტი რთული მენტალური ნაერთია, რომელსაც აქვს თავისი ენობრივი ფიქსატორები. მიზანშეწონილია მისი შესწავლა ინტერდისციპლინურად.

კონცეპტი წარმოადგენს არსებული სიტყვის რამდენიმე კონოტაციას, რომლებსაც აქტიურად იყენებენ მოცემული კულტურის წარმომადგენლები. ის ერის სულიერების სარკეა, რომელიც ზოგჯერ თაობიდან თაობას გადაეცემა, არ კარგავს ექსპრესიულობას, ზოგჯერ კი მხოლოდ ათწლეულებს უძლებს და ეპოქასთან ერთად იცვლება.

## გამოყენებული ლიტერატურა

- 1) ზაკარაძე, 2009: ზაკარაძე ი., „ინგლისური ენის ლექსიკის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები“, თბილისი.2009;
- 2) ზახტაძე, 2010: ზახტაძე დ., ლინგვისტიკური ტიპოლოგიის საფუძვლები. თბილისი. გამომცემლობა „მწიგნობარი“. თბილისი. 2010;
- 3) ზალიაშვილი, 1999: ზალიაშვილი ე., „საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ზოგიერთი ლინგვისტური თავისებურება“. თბილისი.1999;
- 4) ბერიძე, 2018: ბერიძე ხ., „თარგმანთმცოდნეობა“ ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. ბათუმი. 2018;
- 5) ბეიკერი, 2010: ბეიკერი მ., 2010 კოლინ ბეიკერი, ბილინგვური განათლებისა და ბილინგვიზმის საფუძვლები, თბილისი. 2010;
- 6) გალობერი, 2009: გალობერი ქ., მარღანია მ. „ნეოლოგიზმებისა და ანასესხობების ფუნქციური თავისებურებანი; კულტურათშორისი კომუნიკაციები “N 6-7. თბილისი. 2009;
- 7) გამყრელიძე, 2003: გამყრელიძე თ., კიკნაძე ზ, შადური ი, შენგელია ნ., „თეორიული ენათმეცნიერების კურსი“, თბილისი. 2003;
- 8) გაჩეჩილაძე, 1970: გაჩეჩილაძე გ., მხატვრული თარგმანის თეორიის შესავალი. გამომცემლობა „განათლება“. თბილისი. 1970;
- 9) გაჩეჩილაძე, 1960: გაჩეჩილაძე გ., მხატვრული თარგმანის ისტორიისათვის დასავლეთსა და რუსეთში, მნათობი, №3, 1960წ.
- 10) გალობერი, 2009: გალობერი ქ., მარღანია მ., „ნეოლოგიზმებისა და ანასესხობების ფუნქციური თავისებურებანი; კულტურათშორისი კომუნიკაციები “. N 6-7. თბილისი.2009;
- 11) ვაშაკიძე, 2005: ვაშაკიძე ვ., „ინგლისური საკუთარი სახელები“ თბილისი. 2005;
- 12) ვეფხვაძე, 2014: ვეფხვაძე თ., 2014 მარკეტინგული ტერმინოლოგიის ინგლისურიდან ქართულად თარგმნის ძირითადი პრობლემები, თბილისი. 2014;
- 13) თენიშვილი, 2010: თენიშვილი ა., „ტექნიკური ტექსტი ლინგვისტური მახასიათებლები, თარგმნის პრობლემები“;. თბილისი. 2010;



- 14) თურმანიძე, 2018: თურმანიძე რ., ფონური ცოდნის ვერბალური რეპრეზენტაცია მედიატექსტებში და მათი გადმოცემის ხერხები თარგმანში, ბათუმი. 2018;
- 15) იაშვილი, 1990: იაშვილი პ., მხატვრული სტილი და თარგმანი, მეცნიერებათა აკადემია, თბილისი. 1990.
- 16) კეინისი, 2003 :კეინისი მეინარდ ჯონ., გლობალიზაციის არსის განსაზღვრებისთვის". ახალი აზრი, N2 (8), 2003;
- 17) კილანავა, 2014: კილანავა მ., უახლესი (2010-2013წ.) პერიოდის ქართული ენობრივი სურათი და მასთან დაკავშირებული თარგმანის პრობლემები, თბილისი. 2014;
- 18) კოტეტიშვილი, 2004: კოტეტიშვილი ვ., „აღმოსავლურ დასავლური დივანი“, თბილისი. 2004;
- 20) ლადარია, 2002 : ლადარია ნ., სოციოლინგვისტიკა, თბილისი. 2002;
- 21) ლებანიძე, 1997: ლებანიძე გ., „ენა და კულტურა“. ლექციები ენათმეცნიერების შესავალსა და ზოგად ენათმეცნიერებაში, თბილისი. 1997;
- 22) ლედერერი, 2008: ლედერერი მ., „თარგმანი - ინტერპრეტაციული მოდელი“. თბილისი. 2008;
- 23) ლომთაძე, 2012: ლომთაძე თ., „რუსიციზმებისა და ანგლიციზმების დამკვიდრების ტენდენციები ქართულში“. სამეცნიერო შრომების კრებული. ტ IV. თბილისი. 2012;
- 24) მალაღურაძე, 2013: მალაღურაძე თ., „თანამედროვე მასკომუნიკაციური თეორიები და კონცეფციები“, თბილისი. 2013;
- 25) მარლანია, 2005: მარლანია მ., შეფასების კატეგორიის რეალიზაცია ბრიტანულ და ქართულ პრესაში (დისერტაცია) თბილისი. 2005;
- 26) ნათაძე, 1975 : ნათაძე მ., ინგლისურ-ქართული თარგმანის ზოგიერთი საკითხი, თბილისი. 1975
- 27) ნაიდა, 1982 : ნაიდა ი., თარგმანის ხელოვნებისათვის, „ლიტერატურული საქართველო“, თბილისი. 1982 წ.
- 28) ომიძე, 2006: ომიძე ს., ქართული დისკურსის ლინგვოკულტურულ შემადგენელთა სტრუქტურა, სემანტიკა და ფუნქციონირება, თბილისი. 2006;

- 29) პასი , 2002 : პასი ო., თარგმანი-სიტყვიერება და სიზუსტე, //2002
- 30) საყვარელიძე, 2001: საყვარელიძე ნ., თარგმანის თეორიის საკითხები (ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური ასპექტები). თბილისი: თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი. 2001.
- 31) სურგულაძე , 2003 :სურგულაძე ი., 2003 მასობრივი კომუნიკაცია(თეორიის საკითხები) თბილისი. 2003.
- 32)ტაველიძე, 2010 : ტაველიძე თ., 2010 ქართული მწერლობა დეკემბერი N12. თბილისი. 2010;
- 33)ტაბიძე, 2003: ტაბიძე მ., ენობრივი სიტუაცია საქართველოში და ქართული ენის ფუნქციონირების საკითხები (დისერტაცია) თბილისი. 2003.
- 34) ფანჯიკიძე , 2002: ფანჯიკიძე დ. , „ენა თარგმანი, მკითხველი“, თბილისი. 2002
- 35)ფანჯიკიძე, 1995: ფანჯიკიძე დ., თარგმანის ახალი თეორიები და სტილის ეკვივალენტობის პრობლემა. განათლება, თბილისი. 1995.
- 36) ფანჯიკიძე, 1988: ფანჯიკიძე დ ., თარგმნის თეორია და პრაქტიკა“, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი. 1988
- 37)ფურცელაძე ,2000: ფურცელაძე ვ., „ტექსტი, როგორც ენობრივი მოღვაწეობის წერილობითი“, თბილისი. 2000;
- 38)ლლონტი, 1988 : ლლონტი ა., ქართული ლექსიკოლოგიის საფუძვლები. მესამე გამოცემა . გამომცემლობა, განათლება“, თბილისი. 1988;
- 39) შელია, 2009 : შელია მ., „ნეოლოგიზმების პრობლემა თანამედროვე ინგლისურში და მათი გავლენა ქართული მასმედიის ენაზე, თბილისი. 2009;
- 40) შენგელაია,1987: შენგელაია ნ.,1987ტექსტის ლინგვისტიკის პრობლემები,თბილისი. 1987.
- 41)ჯობავა ,2012: ჯობავა ი., „ინგლისური ბარბარიზმების გავლენა ქართული ენის განვითარებაში "სამეცნიერო შრომების კრებული" ტ IV. 2012
- 42) ჯაში, 2003: ჯაში მ., თარგმნის ტექნიკა. ლინგვა პლუსი, თბილისი. 2003;
- 43) ჯობავა, 2012 : ჯობავა ი., ინგლისური ბარბარიზმების გავლენა ქართული ენის განვითარებაში "სამეცნიერო შრომების კრებული" ტ IV. 2012;

- 44) წიბახაშვილი, 2000: წიბახაშვილი გ., „თარგმანის თეორიისა და პრაქტიკის საკითხები“ . თბილისი. 2000;
- 45) წიბახაშვილი, 1965: წიბახაშვილი გ., აბრევიატურების საკითხისათვის ქართულში, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები, 1965, ტ. 114. თბილისი. 1965;
- 46) Arrowsmith, W. Roger, S.1961. The Craft and Context of Translation. Austin: U Texas Press,1961;
- 47) Barnwell, Katherine (1974, 1980) Introduction to Semantics and Translation, High Wycombe: Summer Institute of Linguistics.
- 48) ) Bassnett-McGuire, Susan, 1980: Bassnett-McGuire, Susan, Translation Studies, London: Methuen.1980;
- 49) Baker Mona “In other words: A Course book on Translation”. London, 1992;
- 50) Walter. 2004: Benjamin, Walter, The Task of the Translator. Trans. Harry Zohn. In Venuti 2004
- 51) Bassnet-McGuire, 1980: Bassnet-McGuire S. Translation studies. Methuen, London and New York, 1980;
- 52) Bell, 1991: Bell, R. T. 1991. Translation and translating: theory and practice. London: Longman.
- 53) Berns, 2009: Berns R. 2009. “English as lingua franca and English in Europe” World English, Vol. 28, No. 2. 2009;
- 54) Bowker, 2006: Bowker L., Lexicography, terminology and translation, Ottawa, 2006;
- 55) Catford, 1965: Catford, J. A.1965. Linguistic Theory of Translation. London Longman. 1965;
- 56) Crystal David. 2003. „language and the Internet“. "A linguistic revolution?". Cambridge. 2003;
- 57) Eliseeva, 2003. Eliseeva, V.V., 2003. Lexicology of English. St.Petersburg: St.Petersburg State Uni

- 58) Fawcett, 1997: Fawcett, P.D. 1997. Translation and language: linguistic theories Explained.  
Manchester: St. Jerome.1997;
- 59) Gentzler, 1993: Gentzler, E. C1993. Contemporary Translation Theories. London and New York:  
Routledge.1993;
- 60) Gile, 2005: Gile, D. Regards sur la recherche en interprétation de conférence. Lille :  
Presses Universitaires de Lille.2005;
- 61) Jacobson, 1959: Jacobson R. On linguistic Aspects of Translation, Cambridge, 1959;
- 62) Katan, 1999: Katan, D. Translating cultures: an introduction for translators, interpreters and  
mediators. Manchester: St. Jerome. 1999;
- 63) Newmark, 1988: Newmark, Peter. A Textbook of Translation. New York: Prentice Hall,  
1988
- 64) Nida, 1975: Nida, E,1975. „Language Structure and Translation“. Stanford .Stanford  
University Press.
- 65) Pakir, 2009: Pakir Anne. 2009: „English as a lingua franca: analyzing research  
frameworks in international English, world English, and ELF World Englishes“New York.  
2009
- 66)Pym, 1995: Pym, A., European Translation Studies, Une science qui dérange, and Why  
Equivalence Needn't be a Dirty Word. in Traduction, Terminologie, Rédaction (TTR),n8(1),  
1995
- 67)Roger, 1961: Roger W., The Craft and Context of Translation. Austin.Texas Press.1961;
- 68)Ringbom, 1983: Ringbom H., Borrowing and lexical transfer ,Applied linguistics. 1983;
- 69) Toury, 1985: Toury, G. 1985. A Rationale for Descriptive Translation Studies.In Theo  
Hermans (ed.) The Manipulation of Literature: Studies in Literary Translation. London,  
Sydney: Croom Helm. 1985;

- 70) Vandermeeren, 1999: Vandermeeren S. "English as a lingua franca in written corporate communication: Findings from a European survey. In F. Bargiela-Chiappini and C. Nickerson (Eds.), *Writing business: Genres, media and discourses*, Essex: Longman, 1999;
- 71) Viney and J Darbelnet, 1995: J.P. and J Darbelnet "A methodology for translation". Philadelphia, 1995;
- 72) Vlahov, S. and S. Florin, 1980: Vlahov and Florin, *Untranslatable in the translation*. Moscow: Moscow:International relations. 1980;
- 73) Wolfram, 1982: Wolfram Wills., *The science of translation: problems and methods*, vol. 180-183, 1982
- 74) Алексеева, 2008: Алексеева И.С. *Введение в переводоведение: уч. пособие.* – СПб. Филологический факультет СПбГУ, 2008.
- 75) Алимов, 2009: Алимов В.В. *Теория перевода: перевод в сфере профессиональной коммуникации: Уч. пособие.* М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
- 76) Арутюнова, 1976: Арутюнова, О.С., *Предложение и его смысл.* Москва. 1976;
- 77) Беспалова, 2004: Беспалова Н.П. и др. *Перевод и реферирование общественно-политических текстов. Английский язык: учеб. пособие.* М.: Изд-во РУДН, 2004.
- 78) Бреус, 2003: Бреус, Е.В. УРАО. „Теория и практика перевода с английского на русский“. Москва. 2003
- 79) Валгина, 2009: Валгина Н.С. *Теория текста.* Москва, Логос. 2009
- 80) Влахов, Флорин, 1986: Влахов, С. Флорин С. *Непереводимое в переводе.* Москва. 1986.
- 81) Верещагин, Костомаров, 1990: Верещагин, Е.М. Костомаров, В.Г. „Русский язык  
Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как  
иностранного“. Москва.1990
- 82) Веретенникова. 2007: „Отраслевой перевод в современном технологическом мире“  
Москва.
- 83) Виноградов, В. С. *Наука „Язык газеты в аспекте культуры речи , Культура русской речи и эффективность общения“.* Москва.1996

- 84) Вюстер 1980: Вюстер Е., Интернациональность научных обозначений  
Интернациональные элементы в лексике и терминологии. Харьков, 1980.
- 85) Гальперин И.Р. „О принципах семантического анализа стилистически  
маркированных отрезков текста .Принципы и методы семантических исследований“.  
Москва 1981
- 86) Гарбовский, 2000: Гарбовский Н. К. Теория перевода. МГУ, М. 2000;
- 87) Гвенцадзе, 1986: Гвенцадзе М. А. Коммуникативная лингвистика и типология  
текста, Тбилиси.1986;
- 88) Каменская, 1990: Каменская, О.Л. Текст и коммуникация. Высшая школа. Москва.  
1990;
- 89) Костомаров, Верещагин,1980: Костомаров В.Г Верещагин Е.М  
„Лингвострановедческая теория слова“. Москва. 1980;
- 90) Комиссаров, 1990: Комиссаров В.Н. „Теория перевода“ (лингвистические аспекты).  
Москва. 1990;
- 91) Казакова, 2012: Казакова Т.А. Художественный перевод. СПб., 2012.
- 92) Копанев, 2002: Копанев П.И. Вопросы истории и теории художественного перевода.  
Минск. 2002.
- 93) Латышев, 2001: Латышев, Л.К. "Технология перевода", М., 2001.
- 94) Миньяр-Белоручева, 2006: Миньяр-Белоручева А.П., Миньяр-Белоручев К.В.  
Английский язык: учебник устного перевода. Экзамен, М. 2006.
- 95) Полуянова, 2001. Полуянова, Л. Н. „Лингвостилистические особенности текста  
басни: На материале англоязычной литературной басни. 2001.
- 96) Пумпянский, 2007: Пумпянский А.Л. Чтение и перевод английской технической  
литературы. ООО «Попурри», Минск. 2007;
- 97) Рафанов, 2010: Рафанов С.В. К проблеме классификации текстов в машинном  
переводе , Вестник Московского государственного областного университета. Серия:  
Лингвистика. 2010
- 98) Садиков, 1984 : Садиков А. В. Проблема перевода советских реалий в ее  
прагматическом аспекте ,Тетради переводчика. Вып. 21, Москва. 1984;

- 99) Слепович, 2001: Слепович В.С. Курс перевода (английский↔русский язык). „ТетраСистемс“, Мн. 2001;
- 100) Томахин, 1988: Томахин, Г.Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению. Высшая школа. Москва. 1988;
- 101) Топер, 2009: Топер Т.М. Перевод в системе сравнительного литературоведения. М., 2009;
- 102) Тюленев, 2004: Тюленев С.В. Теория перевода: уч. пособие.Гардарики, М. 2004;
- 103) Терехова, 2006: Терехова Е.В. Двусторонний перевод общественно-политических текстов (с элементами скорописи в английском языке): уч. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006
- 104) Федоров, 1983: Федоров, А.В. Основы общей теории перевода. Высшая школа, Москва. 1983;
- 105) Фурманова, 1994: Фурманова В.П., Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та. 1994;
- 106) Харитончик, 1992: Харитончик В.А, Лексикология Английского Языка. 1992;
- 107) Швейцер,1973 : Швейцер, А.Д., Перевод и лингвистика. Москва: Воениздат. 1973